

**UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O PERFIL DE UTILIZAÇÃO DE
COMUNIDADES VIRTUAIS DO ORKUT COMO ESPAÇO DE DISCUSSÃO
DO CONHECIMENTO CONTÁBIL**

**AN EXPLORATORY STUDY ON THE UTILIZATION PROFILE OF VIRTUAL
COMMUNITIES AT ORKUT AS A SPACE FOR DISCUSSIONS ON
ACCOUNTING**

**UN ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE EL PERFIL DE UTILIZACIÓN
DE COMUNIDADES VIRTUALES DEL ORKUT COMO ESPACIO DE
DISCUSIÓN DEL CONOCIMIENTO CONTABLE**

CLÁUDIA FERREIRA DA CRUZ

*Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS).
Mestranda em Ciências Contábeis pela Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ). Bolsista de Mestrado da CAPES.
claudiacruzba@gmail.com*

JOSUÉ PIRES BRAGA

*Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual de Feira de Santana
(UEFS). Mestrando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Economia, Administração e
Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP). Bolsista de Mestrado do CNPq.
josuebraga@gmail.com*

JOSÉ RENATO SENA OLIVEIRA

*Mestre em Contabilidade pela Fundação Visconde de Cairu (FVC), Professor Assistente
do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Feira de
Santana (DCIS/UEFS) e Gerente de Finanças e Contabilidade da UEFS.
teiacontabil@yahoo.com.br*

RESUMO

A utilização dos chamados espaços virtuais tem se tornado comum e habitual no mundo moderno. As comunidades virtuais, que são ambientes de interação entre indivíduos com interesses comuns, representam bem essa realidade. O *Orkut* é uma das comunidades virtuais mais difundidas no Brasil. Diversas atividades já se beneficiam dos recursos proporcionados pela virtualização, inclusive o ensino e a pesquisa. Nessa perspectiva, buscou-se com esta pesquisa de caráter exploratório investigar elementos caracterizadores da forma de utilização de comunidades virtuais do *Orkut* como espaço de discussão do conhecimento contábil. Foi realizada uma pesquisa de campo no site do *Orkut* com o uso da expressão “Ciências Contábeis” para selecionar as comunidades a serem analisadas. Os resultados indicam que há uma baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas nos fóruns e, também, uma baixa participação dos membros nas escassas discussões encontradas. Há uma concentração dos fóruns e das postagens com temas contábeis em um número reduzido de comunidades. Com base nos resultados, concluiu-se que as comunidades virtuais analisadas no presente estudo estão sendo pouco utilizadas como espaço de discussão do conhecimento contábil.

Palavras-chave: Comunidades Virtuais, *Orkut*, Conhecimento Contábil.

ABSTRACT

The use of so-called virtual spaces has become common and usual in the modern world. Virtual communities which are environments of interaction among individuals with common interests, well represents this. *Orkut* is one of the most widespread virtual communities in Brazil. Several activities have already benefited from resources provided by virtualization, including teaching and research. In this perspective, the purpose of this exploratory research is to investigate elements that characterize the form of use of *Orkut's* virtual communities as space for the discussion of accounting awareness. To achieve that purpose, a field research was conducted on *Orkut's* home page. The expression “Accounting Science” (*Ciências Contábeis*) was used to select the communities to be analyzed. The results indicate that there is a low inclusion of accounting issues raised in all the discussions in the forums, and also a low participation of members in the few discussions which were found. There is a concentration of forums and posts with accounting issues in a few communities. Based on the results, it was concluded that the *Orkut's* virtual community analyzed in this study are being used very little for discussion of the knowledge of accounting.

Keywords: Virtual Communities, *Orkut*, Accounting Awareness, Knowledge of Accounting.

RESUMEN

La utilización de los llamados espacios virtuales se ha tornado común y habitual en el mundo moderno. Las comunidades virtuales, que son ambientes de interacción entre individuos con intereses comunes, representan bien esa realidad. El *Orkut* es una de las comunidades virtuales más difundidas en el Brasil. Diversas actividades ya se benefician de los recursos proporcionados por el formato virtual, inclusive la enseñanza y la pesquisa. En esa perspectiva, se buscó con esta pesquisa de carácter exploratorio investigar elementos caracterizadores de la forma de utilización de comunidades virtuales del *Orkut* como espacio de discusión del conocimiento contable. Fue realizada una pesquisa de campo en el sitio del *Orkut* con el uso de la expresión “Ciencias Contables” para seleccionar las comunidades a ser analizadas. Los resultados indican que hay una baja inclusión de temas contables en el conjunto de las discusiones levantadas en los forum y, también, una baja participación de los miembros en las escasas discusiones encontradas. Hay una concentración de los forum y de las participaciones con temas contables en un número reducido de comunidades. Con base en los resultados, se concluyó que las comunidades virtuales analizadas en el presente estudio están siendo poco utilizadas como espacio de discusión del conocimiento contable.

Palabras clave: Comunidades Virtuales, *Orkut*, Conocimiento Contable.

INTRODUÇÃO

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

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

Entre as ferramentas disponíveis na Internet para interação por meio de troca de informações, estão as redes sociais (de relacionamento), nas quais se propagam as comunidades virtuais. Estas consistem em ambientes virtuais interativos onde pessoas com interesses comuns se integram em discussões relativas a esses interesses.

O *Orkut*, uma das mais difundidas redes de relacionamento da Internet, foi lançado no início de 2004 e logo adquiriu popularidade. Reúne milhões de pessoas de diferentes

partes do mundo, em especial do Brasil, país com maior número de usuários. Proporciona ambientes de discussão (fóruns) sobre os mais variados assuntos, de acordo com as preferências do usuário.

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

Baseado nesse cenário, em que o espaço virtual é visto como um campo promissor para o desenvolvimento do conhecimento contábil, o problema de pesquisa é assim enfocado: Qual o perfil de utilização das comunidades virtuais de redes sociais como espaço de discussão do conhecimento na área contábil? O objetivo principal do estudo é investigar elementos caracterizadores da forma de utilização de comunidades virtuais do *Orkut* como espaço de discussão do conhecimento contábil; secundariamente, classificar as áreas temáticas abordadas nos fóruns de discussão das comunidades virtuais analisadas.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Internet e ciberespaço

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

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

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

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

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

O mesmo autor afirma que

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

Diversos conceitos são encontrados na literatura relativos ao termo Internet, os quais buscam, com diferentes enfoques, explicar esse fenômeno global. No entendimento de Castells (2004, p. 16), a Internet é um meio de comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e numa escala global. Para Rowley (2002, p. 187), a Internet é um conjunto de redes de computadores, interligados, ou seja, uma rede de redes. Essa visão é ratificada por Cohen (2000, p.2), com o acréscimo de que essa rede de redes provê acesso instantâneo para um mundo de informações e serviços.

Oliveira e Martinez (2007) também introduzem o conceito de Internet como uma rede mundial de computadores, acrescentando que está compreendida na atualidade como uma teia de informações que atinge considerável parcela da humanidade (a escala global, de Castells), com papel preponderante de meio de propagação de informação e conhecimento em diversas áreas. Ligado à idéia da Internet e da virtualização do conhecimento com o uso deste espaço, Jungblut (2004) defende:

[...]. O virtual que ocorre na Internet depende, fundamentalmente, do tipo de comunicação experimentado pelos homens que operam esses computadores. Logo, quando falamos em coisas como relações virtuais na Internet, não estamos falando propriamente em Internet, mas, sim, em “comunicação mediada por computador” ou, como outros também chamam, “telemática” (comunicação a distância através da informática).

As trocas de informações proporcionadas pela Internet entre pessoas de diferentes locais do planeta exigem uma interface de operacionalização, ao que diversos autores chamam de ciberespaço. É definido como uma forma de organização da informação na web, em que é possível notar uma reconfiguração da noção de espaço geográfico que ultrapassa as fronteiras do mundo físico. É exatamente essa característica da não-

geograficabilidade do espaço que é inovadora e diferencial na comunicação mediada por computador (CMC) (RECUERO, 2006).

Oliveira e Martinez (2007), ao citar León e Díaz (2002), consideram que os sites são a representação mais adequada do ciberespaço, pois são estruturas de informação como tantas outras, mas com características singulares proporcionadas pela hipertextualidade e por sua localização em um cenário de acesso múltiplo e massivo.

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

1.2. Comunidades virtuais: aspectos históricos e conceituais

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

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

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

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

Para Recuero (2001, p. 114) os elementos formadores da comunidade virtual são: as discussões públicas, as pessoas que se encontram e reencontram, ou ainda, mantêm

contato por meio da Internet, o tempo e o sentimento, sem os quais não se pode definir uma comunidade virtual. Os elementos característicos de uma comunidade virtual elencados por Palácios (1996) são o pertencimento, a territorialidade, a permanência, a ligação entre o sentimento de comunidade, caráter corporativo e emergência de um projeto comum e a existência de formas próprias de comunicação.

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

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

1.3. Comunidades virtuais como espaço de discussão do conhecimento

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

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

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

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

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

1.4. Estudos sobre redes sociais

Embora as redes de *social networking* sejam consideradas um fenômeno recente, algumas pesquisas já vêm sendo realizadas com o intuito de compreendê-las, bem como de entender e analisar suas implicações para a construção de relações sociais e na difusão do conhecimento em diversas áreas.

No Brasil, a rede mais utilizada é o *Orkut*. O país possui o maior percentual de usuários entre todos os membros da rede (49,81%), segundo informações disponíveis no *site Orkut*. Porém, em nível mundial, outras redes são bastante difundidas, entre as quais o *MySpace* e o *Facebook*. Em decorrência da grande difusão dessas redes, as mesmas têm recebido atenção de pesquisadores.

Thelwall (2009) estudou a expansão da rede social *MySpace* a partir de 1997, buscando identificar o perfil dos usuários quanto a questões de estabelecimento de amizade, gênero e motivação para participar de redes de social network.

Spertus, Sahami, Buyukkokten (2004) fizeram um estudo quantitativo para testar medidas de utilização da rede de social network *Orkut*. Os autores mapearam a utilização por todos os membros da rede durante 18 dias em 2004 e identificaram níveis de participação nas discussões (postagens) e de aderência às comunidades.

Dwyer e Hiltz (2007) avaliaram a preocupação com confiança e privacidade em dois sites de social network: *Facebook* e *MySpace*. Por meio de um questionário *on-line*, as autoras verificaram que, apesar de algumas diferenças nas percepções dos membros dos dois sites, em redes sociais a noção de confiança não é tão necessária na construção de novas relações como em encontros face a face e que relacionamentos on-line podem se desenvolver em locais onde a percepção de confiança e privacidade é incipiente.

Dwyer (2007) realizou um estudo qualitativo no *MySpace* com o objetivo de identificar como indivíduos usam a tecnologia nas redes sociais para desenvolver e manter

relacionamentos interpessoais. A autora pesquisou questões como privacidade e partilha de informações pessoais, perfil étnico dos membros, padrão e frequência de acessos, anonimato e uso de pseudônimos.

1.5. O Orkut

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

Segundo dados do próprio Orkut, nos primeiros dias de abril de 2004 o número de usuários girava em torno de 190.000 usuários cadastrados; ao final da primeira semana de maio já eram mais de 300.000. No Brasil, inicialmente, o *Orkut* se proliferou entre os círculos universitários e pessoas da indústria de comunicação e tecnologia (NOGUEIRA, 2004). De acordo com o *Orkut*, em 2009 o sistema possui cerca de 70 milhões de usuários, e o Brasil detém 49,81% do total dos membros (Fonte: *Orkut*. Disponível em: <http://www.Orkut.com>. Data de acesso: 30 abr. 2009).

O *Orkut* funciona basicamente através de perfis e comunidades. Nestes é possível deixar recados (*scrapbooks* ou *scraps*), enviar mensagens para cada perfil, deixar depoimentos e formar comunidades, que podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos e mensagens (RECUERO, 2004). Essas comunidades são formadas por pessoas que supostamente têm interesses comuns, existindo três tipos de comunidades: para reatar amizades perdidas (ex-alunos, cidades, grupos de viagem); para a discussão de tópicos (literatura, ciências, notícias) e outras ainda que funcionam somente como um complemento para o perfil do “orkuteiro” (NOGUEIRA, 2004).

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

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

1.6. A Contabilidade e os espaços virtuais

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

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

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

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

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

2. METODOLOGIA

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

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

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

A amostra foi composta pelo total de comunidades resultantes da busca realizada no site do *Orkut* com a palavra-chave “Ciências Contábeis” Por se tratar de uma expressão em português, supõe-se que os resultados são restritos aos países de língua portuguesa, notadamente o Brasil. Embora esse primeiro critério de seleção limite as unidades a serem analisadas, estipulou-se ainda como ponto de corte as comunidades com um número de membros inferior a 20. Isso porque se admitiu que essas poderiam não ter um nível significativo de discussão que justificasse sua inclusão no estudo.

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

Tabela 1: Amostra da pesquisa.

| Ano de criação | Comunidades | Membros | Fóruns | Postagens |
|----------------|-------------|---------|--------|-----------|
| 2004 | 40 | 24.985 | 2.464 | 8.774 |
| 2005 | 196 | 32.239 | 3.111 | 10.710 |
| 2006 | 77 | 2.859 | 994 | 5.906 |
| Total | 313 | 60.083 | 6.569 | 25.390 |

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

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

Para realizar a coleta dos dados, foi desenvolvido um banco de dados com a utilização do Microsoft Access 2003©. O formulário do banco de dados era composto por duas partes: informações gerais e específicas. A primeira parte continha os seguintes itens: nome da comunidade, categoria, endereço eletrônico, quantidade de membros, data de criação e de acesso. A segunda continha os itens: classificação da área temática do fórum de discussão, quantidade de postagens do respectivo fórum, quantidade total de fóruns e de postagens. Os fóruns de discussão foram classificados em dois grupos: temas contábeis e temas não-contábeis, sendo os primeiros categorizados para análise.

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

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa buscou investigar elementos caracterizadores do perfil de utilização das comunidades selecionadas, tais como: categoria, quantidade de membros, de fóruns e de postagens, áreas temáticas dos fóruns de discussão e principais comunidades. A Tabela 2 apresenta as comunidades classificadas por categorias e por ano de criação.

Tabela 2: Categoria das comunidades por ano de criação.

| Categoria | Ano de criação | | | Total | % |
|------------------------------------|----------------|------------|-----------|------------|-------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | | |
| Alunos e escolas/ Escolas e cursos | 39 | 180 | 75 | 294 | 93,93% |
| História e ciências | 0 | 3 | 1 | 4 | 1,28% |
| Atividades | 0 | 3 | 0 | 3 | 0,96% |
| Negócios | 1 | 1 | 0 | 2 | 0,64% |
| Viagens | 0 | 2 | 0 | 2 | 0,64% |
| Artes e entretenimento | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,32% |
| Culturas e comunidade | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,32% |
| Outros | 0 | 6 | 0 | 6 | 1,92% |
| Total | 40 | 196 | 77 | 313 | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

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

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

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

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Do total de 6.569 fóruns, apenas 775 referem-se a temas de natureza contábil, os quais representam cerca de 12%. Quando se consideram as frequências relativas das pos-

tagens, observa-se que há um aumento da amplitude entre temas contábeis e não-contábeis em relação à amplitude das frequências relativas dos fóruns. Isso quer dizer que a participação dos temas contábeis em relação às postagens é inferior à participação nos fóruns. Em relação às médias, no geral, é verificado que há 3,87 postagens por fórum. Quando se trata dos temas contábeis, observa-se que essa média diminui, a qual representa 2,64 postagens por fórum. Esse valor é superior quando se refere aos temas não-contábeis: 4,03.

Esses resultados revelam uma baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas nas comunidades analisadas (11,80% dos fóruns) e, também, uma baixa participação dos membros nas poucas discussões existentes (8,05% das postagens). Isso pode indicar que as discussões que envolvem temas contábeis têm sido pouco exploradas nas comunidades virtuais, o que demonstra que a idéia da Internet como tecnologia intelectual promotora de novas formas de aprendizado está sendo aplicada de maneira incipiente, no contexto das comunidades virtuais, quando se refere ao conhecimento contábil. Resultados parecidos, respeitadas as devidas particularidades, foram encontrados por Oliveira (2005), que concluiu que a maneira como as Instituições de Ensino Superior (IESs) brasileiras utilizam os websites institucionais em geral pode ser considerada insuficiente no que se refere à disponibilização e ao acesso à produção do conhecimento contábil.

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

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

pouca ou nenhuma participação nos fóruns de discussão.

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

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Nas discussões de temáticas contábeis nas comunidades virtuais pesquisadas, Outros temas contábeis foi o item de maior frequência, tanto com relação aos fóruns (39,35%) quanto às postagens (35,60%). Neste item estão contidos: (i) temas que não foram objetivamente classificados nas outras temáticas listadas; e (ii) assuntos ligados à área contábil de maneira geral, sem necessariamente ser uma discussão acerca do conhecimento contábil, como: notícias relacionadas à profissão, divulgação de eventos de natureza científica e/ou profissional, etc. Decidiu-se por incluir esse tipo de temática (ii) na análise da pesquisa tendo em vista a variedade de assuntos relacionados a temas essencialmente não-contábeis que formavam a pauta dos fóruns de discussão das comunidades. Assim, reconhece-se que, embora não haja discussão de certa questão de cunho teórico, se tem ao menos algo relacionado à área contábil sendo tratado.

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

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

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

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

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

Tabela 8: Ranking das dez primeiras comunidades analisadas.

| Nº. | Comunidade 1 | Membros | | Fóruns | | | Postagens | | |
|--------------|-----------------------------|---------------|-------------|------------|-------------|--------|--------------|-------------|--------|
| | | F | f | F | f | fac | F | f | fac |
| 1 | Ciências Contábeis – Brasil | 11.190 | 18,62% | 296 | 38,19% | 38,19% | 944 | 46,16% | 46,16% |
| 2 | Eu faço Ciências Contábeis | 9.140 | 15,21% | 113 | 14,58% | 52,77% | 368 | 18,00% | 64,16% |
| 3 | Ciências Contábeis | 1.466 | 2,44% | 14 | 1,81% | 54,58% | 20 | 0,98% | 65,13% |
| 4 | Ciências Contábeis – Brasil | 1.257 | 2,09% | 30 | 3,87% | 58,45% | 54 | 2,64% | 67,78% |
| 5 | Ciências Contábeis FECAP | 880 | 1,46% | 6 | 0,77% | 59,23% | 19 | 0,93% | 68,70% |
| 6 | Ciências Contábeis – Cairu | 804 | 1,34% | 5 | 0,65% | 59,87% | 6 | 0,29% | 69,00% |
| 7 | Ciências Contábeis – UFPE | 700 | 1,17% | 7 | 0,90% | 60,77% | 7 | 0,34% | 69,34% |
| 8 | Ciências Contábeis – UFC | 693 | 1,15% | 3 | 0,39% | 61,16% | 20 | 0,98% | 70,32% |
| 9 | Ciências Contábeis – UFF | 672 | 1,12% | 13 | 1,68% | 62,84% | 20 | 0,98% | 71,30% |
| 10 | UFRJ – Ciências Contábeis | 600 | 1,00% | 5 | 0,65% | 63,48% | 15 | 0,73% | 72,03% |
| 11-313 | Demais comunidades | 32.681 | 54,39% | 283 | 36,52% | 100% | 572 | 27,97% | 100% |
| Total | | 60.083 | 100% | 775 | 100% | | 2.045 | 100% | |

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006. Nota 1: Nome das comunidades conforme observado na Internet.

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

Observa-se que das dez primeiras comunidades, seis apresentam uma desconhecida ligação com IES (4 federais: UFPE, UFC, UFF e UFRJ; e 2 fundações: FECAP e [Fundação Visconde de] Cairu). Dessas seis IESs, cinco têm ou já tiveram programa de pós-graduação *stricto sensu* em Ciências Contábeis reconhecido pela Capes: FECAP, Cairu, UFPE, UFC e UFRJ. O fato de essas comunidades serem formadas por pessoas (possivelmente estudantes, conforme a Tabela 2) com algum tipo de ligação com IESs que têm

ou já tiveram programa de pós-graduação em Contabilidade pode indicar o motivo de elas estarem entre as dez primeiras de um total de 313.

CONCLUSÃO

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

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

Entre os resultados alcançados no presente estudo, destacam-se os seguintes: alta concentração de membros em poucas comunidades; baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas e baixa participação dos membros nas discussões existentes; concentração dos fóruns e das postagens com temas contábeis em poucas comunidades; aproximadamente 40% dos fóruns com temas contábeis discutem temáticas diversas (Outros temas contábeis); as áreas temáticas que se destacaram nos fóruns e nas postagens foram Ética e exercício profissional, Normas brasileiras e internacionais de Contabilidade e Ensino da Contabilidade e educação profissional; as temáticas Contabilidade financeira e Controladoria e Contabilidade gerencial e de custos foram surpreendentemente pouco discutidas, uma vez que essas são as principais linhas em diversos cursos e programas de pós-graduação em Contabilidade; a iniciativa dos membros das comunidades analisadas é baixa no que diz respeito à criação de fóruns sobre temas contábeis e o interesse por parte desses em participar das discussões levantadas nos fóruns que abordam temas contábeis se mostra baixo; as dez primeiras comunidades virtuais respondem por mais de 45% do total de membros, 63,48% dos fóruns de discussão e 72,03% das postagens que tratam de temas contábeis.

Dessa maneira, ao considerar o objetivo principal da pesquisa, concluiu-se que as comunidades virtuais do *Orkut* analisadas no presente estudo estão sendo pouco utilizadas como espaço de discussão do conhecimento contábil. Isso porque uma elevada quantida-

de das discussões nelas realizadas refere-se a temas não-contábeis, e as que tratam de temas contábeis ocorrem em um número reduzido de comunidades.

REFERÊNCIAS

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

ARCE, M. V. S.; PÉREZ, T. S.. Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de gestión documental e difusión de información. *Anales de Documentación*. n. 4, p. 215-227, 2001.

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

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

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

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

CORNACHIONE JUNIOR, E. B.. *Informática aplicada às áreas de Contabilidade, Administração e Economia*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

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

DECEMBER, J.. *Characteristics of oral culture in discourse on the net*. Paper presented at the twelfth annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition, University Park, Pennsylvania, July 8, 1993. Disponível em: <<http://www.december.com/john/papers/ps-crc93.txt>>. Acesso em: 28 nov. 2006.

DWYER, Catherine; HILTZ, Starr Roxanne. *Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace*. In: Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems, Keystone, Colorado August 09 - 12 2007.

DWYER, Catherine. Digital Relationships in the “MySpace” Generation: Results From a Qualitative Study. Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Hawaii, 2007.

FERNBACK, J.; THOMPSON, B.. *Virtual communities: abort, retry, failure?* Disponível em: <<http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>>. 1995. Acesso em: 29 nov. 2006.

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

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

GOMES, C. A. S.; OLIVEIRA, J. R. S.. Um novo desafio para o ensino da contabilidade: o uso da internet como alternativa de disseminação do conhecimento contábil produzido. In: Seminário USP de Contabilidade, 2º. 2002, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2002.

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

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

JUNGBLUT, A.L.. A heterogenia do mundo *on-line*: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. *Horizontes Antropológicos*. v. 10 n. 21 Porto Alegre Jan./Jun. 2004.

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

MATUZAWA, F. L.. *O conceito de comunidade virtual auxiliando o desenvolvimento da pesquisa científica na educação a distância*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). PPGE/ UFSC, Florianópolis, 2001.

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

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

OLIVEIRA, A. B. S. (Coord.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Contabilidade*. São Paulo: Saraiva, 2003.

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

_____; MARTINEZ, A. L.. A contabilidade e o hipertexto: um estudo sobre o uso de *websites* como meio de disseminação científica contábil por instituições de ensino superior brasileiras. *Revista Contabilidade e Finanças*. São Paulo, n. 43, p. 97-108, jan./abr. 2007.

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

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

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

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

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

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

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

RHEINGOLD, H.. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Paperback in USA. 1993. Disponível em: <<http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>>. Acesso em: 28 nov. 2006.

ROWLEY, J.. *A biblioteca eletrônica*. Brasília: Briquet de Lemos, 2002.

RUIZ, J. A.. *Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SPERTUS, Ellen; SAHAMI, Mehran; BUYUKKOKTEN, Orkut. *Evaluating Similarity Measures: A Large-Scale Study in the Orkut Social Network*. (2005). International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining. Disponível em: <<http://research.google.com/archive/Orkut-kdd2005.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2009.

TEIXEIRA JÚNIOR, S.. Uma nova mania. *Revista Exame*. São Paulo, ed. 817, 12 de maio de 2004.

_____. Blogs: como eles estão mudando a vida de todos nós. *Revista Época*. São Paulo, ed. 428, 31 de julho de 2006.

THELWALL, Mike. *Social Networks, Gender and Friending: An Analysis of MySpace Member Profiles*. Disponível em: <http://www.scit.wlv.ac.uk/~cm1993/papers/MySpace_preprint.doc>. Acesso em: 13 abr. 2009.

WELLMAN, B.; GULIA, M.. Virtual communities as communities: net surfers don't alone. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. (Org.). *Communities in Cyberspace*. Routledge. New York, 1999.