

A investigação sobre as motivações para a criação de grupos temáticos vinculados a localidades geográficas no Sistema de Rede Social *Orkut*, teve como pergunta direcionadora: por que as pessoas criam “comunidades” relativas a lugares reais numa rede valorizada por sua capacidade de tornar as distâncias irrelevantes? Para discutir essa questão, tivemos como base teórica tanto autores que julgam que as distâncias geográficas são irrelevantes para a construção de vínculos *online*, apostando na velocidade e onipresença das comunicações digitais, quanto autores que consideram as distâncias extremamente pertinentes para essas construções sociais e enfatizam a permeabilidade das interações ‘dentro’ e ‘fora’ da internet.

A pesquisa empírica baseou-se num conjunto das 53 ‘comunidades’ do *Orkut* mais populares cujas denominações remetem ao Brasil, seus Estados e capitais, e em 294 perfis de usuários vinculados a essas comunidades. Para cada comunidade foram registrados nome, URL, número de membros, data de criação, nome do criador, nome dos moderadores, idioma oficial, local e categoria, texto da descrição, existência de fórum, enquetes e áreas de avisos. Já nos perfis foram avaliadas indicações de local e idioma e vínculo com outras comunidades de referência geográfica. Todos os dados foram organizados em tabelas e categorizados com o auxílio de técnicas de análise de conteúdo.

Como resultados, tivemos indicações de que as comunidades populares do *Orkut* que referem-se a lugares geográficos tendem a ressaltar as qualidades desses lugares e funcionam como indicadores identitários que os usuários integram a seus perfis pessoais. Além disso, funcionam também como pontos de encontro potencializadores de associações por afinidades entre as pessoas que se encontram próximas fisicamente umas das outras.