



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB**  
**Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA**  
**Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social**  
**Habilitação em Publicidade e Propaganda**

**O PAPEL DO MSN MESSENGER**

Liana Guterman Stilben  
Orientadora: Úrsula Betina Diesel

**Brasília/DF, Junho de 2005.**



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB**  
**Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA**  
**Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social**  
**Habilitação em Publicidade e Propaganda**

**O PAPEL DO MSN MESSENGER**

Liana Guterman Stilben  
Orientadora: Úrsula Betina Diesel

**Brasília/DF, junho de 2005.**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Aprovada por:

Úrsula Betina Diesel

Bruno Assunção Nolon

Gisele Mota Ramos

Este trabalho é dedicado às pessoas que me ajudaram e acreditaram em mim no decorrer do processo de realização e me deram forças para finalizá-lo.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	7
<b>1. COMUNICAÇÃO</b> .....	10
<b>2. HISTÓRIA DOS COMPUTADORES</b> .....	14
<b>3. SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO</b> .....	18
<b>4. SUJEITO VIRTUALIZADO</b> .....	23
<b>5. METODOLOGIA</b> .....	28
<b>5.1. Dispositivo Teórico</b> .....	29
<b>6. HISTÓRIA DO MSN</b> .....	31
<b>7. O MSN MESSENGER</b> .....	34
<b>8. ANÁLISE DISCURSIVA</b> .....	41
<b>CONCLUSÃO</b> .....	44
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	46
<b>ANEXOS</b> .....	51

## RESUMO

Com a evolução das ciências comunicacionais em concordância com o surgimento dos computadores e da Internet, nasce a necessidade de novas análises da sociedade. A tecnologia eletrônica está conquistando todas as esferas sociais presentes criando um novo tipo de indivíduo baseado em trabalhos intelectuais que ainda não podem e não foram substituídos por máquinas. Com esse novo sujeito surgiram características sociais que se contrapõem e se completam – individualismo e a globalização – no discurso produzido pelo mesmo. O MSN Messenger, novo meio de comunicação, permite cada vez mais essa distância entre as pessoas, seja por causa da barreira que as mesmas criam nas relações ou geograficamente falando. É a partir desse tipo de julgamento que será viável descobrir e entender o papel desse mensageiro cibernético, MSN Messenger, na sociedade da informação em que vivemos.

## INTRODUÇÃO

Desde que foi lançado, em 2000, o MSN Messenger conquista, a cada dia, milhões de novos adeptos a esse revolucionário meio de comunicação. A velocidade dessa conquista foi tanta que as conversas ao telefone atualmente são escassas, principalmente entre cidades, estados ou países diferentes. Isso se deve não só aos serviços de conversa voz que o MSN Messenger proporciona, mas até mesmo pela simples troca de palavras escritas com dinamismo e facilidade. Para compreender a demanda por esses novos meios de comunicação que encurtam distâncias e permitem certa individualidade ao usuário, foi necessário observar quais são os fatores existentes na sociedade atual que abrem caminho para cada vez mais usuários desse programa. A partir daí, será descoberto qual o papel do MSN Messenger na esfera social.

Análises da evolução da comunicação, abordando o próprio conceito do comunicar e a globalização da mesma no capítulo um e da história da evolução dos computadores e da Internet no capítulo dois foram necessárias, pois elas contam gradativamente os passos para essa nova evolução social, denominada por Adam Schaff de segunda revolução industrial. Nesse momento, o trabalho manual sai de cena para a entrada e domínio da intelectualidade, única atividade humana que ainda não pode ser substituída por máquinas. Essa revolução resultou na chamada Sociedade da Informação, abordada no capítulo três, que traz informações sobre a

introdução das máquinas como forma de ajudar a otimizar o trabalho do artesão. Com o tempo as máquinas foram conquistando o lugar dos homens para trabalhos repetitivos, obrigando-os a assumir nova posição diante da sociedade. Assim, criou-se um novo indivíduo que agora é julgado pelas informações que possui, considerando se elas são úteis ou não para determinado aspecto trabalhado.

Focalizando esse novo sujeito, no capítulo quatro, tratou-se da multiplicação do sujeito, isto é, o homem possui agora diversas identidades que participam dos mais diferentes grupos sociais. Isso resultou em um ser individualista, já que apenas um “lado da sua personalidade” é disponível a cada segmento. Nesse mesmo capítulo trata-se de conceitos como o discurso, o virtual, a ideologia, o hipertexto, o ciberespaço e a globalização do ser humano, considerando a contradição entre este com as barreiras que os homens estão criando entre seu verdadeiro ser e a sociedade em que vivem, em parte a partir da Internet e dos programas de conversação tal como o MSN Messenger. O relacionamento entre os sujeitos (em qualquer esfera, seja pessoal ou profissional, por exemplo) à distância é muito mais seguro para essa característica individualista do homem da sociedade informativa.

Assim, pode-se dizer que os indivíduos estão vivendo em um mundo virtual, não cibernético, como assim é comumente traduzida a palavra virtual, mas um mundo onde as relações só têm a intenção de acontecer, dificilmente colocando-se em prática. O virtual aqui antecede a ação e dá a possibilidade ao sujeito de descobrir diversas soluções para então atuar socialmente. Mas essa atuação não é uma demanda na sociedade atual. Aos homens só é requerido que eles estejam a parte do mesmo contexto para que haja realmente a conversa, ou seja, a produção de sentido. Apesar de o homem querer se esconder cada vez mais seu mundo, todo discurso que ele faz o endurece e o expõe para essa sociedade quase única.

Com essa base teórica e a metodologia escolhida e exposta no capítulo cinco, foi possível a descrição e análise do MSN Messenger, colocando-o como o melhor meio e o mais utilizado entre todos os outros que tem o mesmo fim. Primeiramente, é necessário conhecer a história do portal MSN e do MSN Messenger, comparados com outros programas da mesma natureza, abordados no capítulo seis. Em seguida, a partir da descrição do programa e da análise discursiva do funcionamento do mensageiro MSN, no capítulo sete, chega-se à conclusão do seu verdadeiro papel na sociedade. Essa análise demanda, primeiramente, uma análise semiótica dos elementos visuais do programa, descrevendo-o quase completamente com ajuda de

anexos apresentados e, em segundo lugar, separa-se a análise em três contextos – imediato, institucional e macro-estrutural – para melhor compreender o âmbito do programa nas esferas citadas.

O objetivo geral deste trabalho acadêmico é de justificar a vasta utilização dos meios tecnológicos, mais especificadamente, do MSN Messenger, como ambiente comunicacional mais utilizado na sociedade atual. O mensageiro, aqui, desempenha o papel de meio de comunicação mais moderno e avançado sendo utilizado por todos os tipos de pessoas, de todas as idades e procedências.

Esse trabalho seguirá as orientações do Uniceub e da ABNT, a fim de servir de base para pesquisas sobre o assunto e para elaboração de trabalhos sobre o mesmo objeto com diferente enfoque.

## 1. COMUNICAÇÃO

A comunicação é muito mais do que a simples história da evolução dos meios de comunicação, no entanto, é a partir dela que se introduz a pergunta do que é comunicar<sup>1</sup>. Essa ação só existe a partir da sociedade e vice-versa, pois a comunicação é o ato de as pessoas se relacionarem e transmitirem informações para outras. Esse sistema comunicativo consiste de cinco fatores: os interlocutores; o contexto em que eles se encontram; o que eles comunicam, ou seja, a mensagem transmitida; os signos que permitem a produção de sentido e representam a idéia através de um formato de mensagem utilizado, ou seja, mensagem de voz, escrita, gestos, olhares; e o meio através do qual a mensagem alcançará seu objetivo, seja através de cartas, telefone, mãos, olhos, roupas que usam, fotos, entre outros.

Desde a era primitiva, o homem vem procurando maneiras de se comunicar, seja por grunhidos, signos desenhados, voz, escrita e outros no decorrer do tempo. Em concordância com essa evolução, percebe-se a necessidade do homem de transmitir mensagens à distância. A primeira forma de comunicação que permitiu a quebra dessa barreira foi a escrita. Esta escrita de hieróglifos, onde desenhos representavam os objetos, a letras, o que por fim só tinha como objetivo facilitar a mesma, ligando letras únicas a representações específicas de som. A partir disso,

---

<sup>1</sup> Conforme BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

pode-se dizer que a comunicação orienta comportamentos, seja através de quebra de barreiras e contatos com culturas diferentes, por meio do grande número de informações disponíveis a uma pessoa todos os dias, entre outras coisas que transformam o indivíduo para que ele melhor se adeque às novas características do mundo globalizado e acelerado.

A velocidade do desenvolvimento das tecnologias surgiu a partir do primeiro telefonema efetuado por Alexander Graham Bell, em 1876<sup>2</sup>, e do texto redigido por ele que idealizava os primórdios do sistema de telefonia atual. A intenção era sempre facilitar a comunicação entre duas ou mais pessoas. O telégrafo era o aparelho que na época fazia o papel de mensageiro, possibilitando a comunicação entre dois pontos. Assim que o telégrafo foi padronizado, ele passou a ser utilizado para transmissão de notícias mais específicas, pois o custo desse serviço era muito alto para uso pessoal.

A primeira evolução tecnológica da comunicação surgiu a partir do rádio e sua transmissão por ondas eletromagnéticas. Primeiramente sustentadas por anunciantes, o rádio foi se disseminando e conquistando o mundo todo por certo período de tempo. Pouco tempo depois ele foi modificado com o surgimento da televisão. Foi a partir daí que o rádio tornou-se uma mídia mais segmentada de baixo custo e alta lucratividade para anunciantes.

A televisão nasceu com base nos sistemas de rádio. Em 1948, a televisão começou a se espalhar pelos Estados Unidos, alastrando-se para outros países tais como Inglaterra, Itália, França, Canadá e Brasil<sup>3</sup>.

A difusão do sistema televisivo só se modificou a partir da criação de satélites artificiais que foram colocados em órbita para propósitos científicos, militares e de comunicação. Esses satélites são usados para transmissão de conversas telefônicas à longa distância, imagens de televisão e até ondas de radiofrequência. Eles permitiram a internacionalização de canais televisivos e facilitaram a globalização da comunicação.

Os satélites permitiram também os primeiros sistemas computacionais de troca de informação à distância durante a Guerra Fria. O objetivo desses primeiros

---

<sup>2</sup> Conforme PINHO, JB. *Publicidade e Vendas na Internet: técnicas e estratégia*. São Paulo: Editora Summus, 2000.

<sup>3</sup> Id. *ibid.*

computadores era possibilitar o contato entre militares e políticos caso a guerra nuclear se iniciasse.

O sistema de satélite utilizado até então era problemático, pois era constituído de um elemento central, chamado Pentágono e, se esse fosse atingido, toda comunicação era interrompida. O segundo sistema trabalhado e que está em vigor até hoje é o sistema de comunicação não-hierárquica. Esse modelo conectava um ponto a todos os outros e, no caso de qualquer problema com o Pentágono ou com certa via de transmissão de informação, a mensagem poderia percorrer inúmeras outras rotas para chegar ao seu destinatário.

Não demorou muito para que essa tecnologia fosse aplicada nos computadores de quatro universidades diferentes dos Estados Unidos, resultando na primeira comunicação via internet. Tal conexão não durou muitos segundos e foram necessários muitos estudos subseqüentes para garantir o sucesso da rede. Ao mesmo tempo em que se testava a conexão entre computadores por meio de cabos telefônicos, outra tentativa simultânea se utilizou de links de rádios para conectar computadores da Universidade do Havai, distribuídos em quatro ilhas.

A Internet é o meio de comunicação que foi mais rapidamente aceito pela sociedade. Enquanto a televisão demorou 25 anos para ser aceita, a Internet precisou de sete anos para expandir-se e conquistar usuários pelo mundo todo, pois ela consiste em diversas tecnologias incorporadas montando os mais variados ambientes que permitem que as pessoas se identifiquem e criem um vínculo maior com a mesma.

Ao mesmo tempo em que a comunicação internacional se tornou possível e cada vez mais evoluída, cresceram também as atividades de trocas de informação por conseqüência do crescente número de usuários interessados nessa nova ferramenta e seus serviços. A divergência entre pobres e ricos cresceu, já que são poucos os que têm acesso aos mais avançados recursos comunicacionais. Os diferentes meios de comunicação ganharam grande importância na vida das pessoas, considerando que quantidade de conhecimento que uma pessoa dispõe é que a posiciona no mercado. A informação transformou-se em algo quase involuntário, fazendo parte de da vida do indivíduo na maior parte do tempo e exigindo mais dos profissionais para lidar e distinguir informações válidas e pertinentes.

O computador é o meio de comunicação mais utilizado atualmente. Ele é considerado uma supervia de informação, um transporte instantâneo de dados entre computadores e seus usuários. Na troca de informações, ou seja, durante a comunicação, o computador virou o canal utilizado pelas mais diferentes pessoas e finalidades, desde discussão de negócios a conversas pessoais.

A comunicação pode ocorrer de quatro formas<sup>4</sup>: ela pode ser intrapessoal, que consiste em uma troca de informação com nós mesmos; pode ser interpessoal, onde a comunicação inclui duas ou mais pessoas e utiliza-se o termo ponto-a-ponto; pode ser uma comunicação em grupo, envolvendo três ou mais pessoas e que se restringe à participação de certos integrantes; e por fim, pode ser uma comunicação de massa, que se baseia no ideal de um interlocutor falando para vários ouvintes. Outra forma de classificar a comunicação é separá-la em comunicação organizacional, que ocorre dentro de uma organização, e a comunicação interativa, quando a situação permite respostas em tempo real, modificando o conteúdo inicial transmitido.

Nos dias de hoje, os contextos da tecnologia são mais importantes que as máquinas em si. Não basta somente possuir um computador, é preciso saber manuseá-lo e conectá-lo à rede mundial de computadores, que permitirá acesso a mais e mais informações. Pode-se dizer então, como menciona Straubhaar, que a atualidade caracteriza-se como a sociedade da informação e que paga por ela. A informação que anteriormente era gratuita à sociedade, transforma-se em produto passível de venda e lucro. Essa liquidação de informação fragmenta a sociedade, que se personaliza e individualiza cada vez mais.

---

<sup>4</sup> Conforme STRAUBHAAR, Joseph D. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p.. 8a11.

## 2. HISTÓRIA DOS COMPUTADORES<sup>5</sup>

O primeiro projeto do computador surgiu a partir da necessidade de agilizar o trabalho do ser humano, mais especificamente as atividades ligadas a contas matemáticas. O precursor do computador, chamado de máquina da diferença, consiste em uma calculadora mecânica que produzia tabelas matemáticas automaticamente. Logo após, durante a Segunda Guerra Mundial, surgiu o primeiro computador digital, nomeado Colossus, com o objetivo de decifrar os códigos nazistas. Este, por conseguinte, levou à criação do primeiro computador de uso geral, o ENIAC, em 1946.

Os estudos acerca dessa nova tecnologia cresceram e novos computadores foram surgindo cada vez mais aperfeiçoados. Primeiramente os computadores ocupavam uma sala inteira, ou até mesmo o andar inteiro de um prédio e pesavam toneladas. Nessa época, a Remington Rand Corporation lançou o primeiro computador comercial, o UNIVAC, com muito sucesso, mas foi a empresa IBM que conquistou o mercado a partir de 1954, com o Modelo 650. Investindo arduamente em equipamentos periféricos e logo depois nas vendas do Modelo 650, a IBM foi obrigada pelo Departamento de Justiça dos Estados Unidos a se separar para impedir o monopólio da nova indústria computacional.

---

<sup>5</sup> Conforme STRAUBHAAR, Joseph D. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, cap. 7.

Os concorrentes emergiram com força com a criação do primeiro computador pessoal, o Altair, que se resumia a um jogo onde o usuário imitava a repetição de luzes em seqüência. Entretanto, foi a partir dele que William Gates criou uma linguagem de computador que futuramente ajudaria a criar a empresa Microsoft Corporation, maior companhia de softwares<sup>6</sup> do mundo. Foi a partir do mesmo Altair que outros profissionais criaram seus próprios computadores.

Em 1981, a IBM lança o Computador Pessoal que ultrapassa todas as outras empresas, mas estimula a substituição da maior fonte lucrativa da empresa: os *mainframes*, que são os grandes computadores de alta velocidade para mais de um usuário simultaneamente.

A corrida em busca dos consumidores cresceu e cada empresa acabou se especializando em uma área específica dos microcomputadores. A Microsoft projetou-se a lançar os mais completos softwares do mercado, conquistando o até mesmo o lugar da gigante IBM. A Apple especializou-se em multimídia, sistema de som e imagens avançado. A Microsoft conquistou verdadeiramente o mercado, quando o foco mudou de hardware<sup>7</sup> para software.

As redes de computadores surgiram primeiramente a partir da necessidade de interligar os computadores entre si para trocas de informação em alta velocidade. O primeiro sistema de comunicação de dados chama-se SAGE e surgiu durante a Guerra fria com a intenção de monitorar as ondas de bombardeios soviéticos. Em seguida foi criado o *modem*, que convertia os dados digitais para analógicos, para possibilitar a transmissão pelo sistema de telefonia. Os limites de velocidade do *modem* obrigaram a substituição dele por meios mais eficientes.

A primeira rede local (LAN) possibilitou a comunicação instantânea com o processador central em alta velocidade. Logo depois experimentaram redes de área ampla, o que permitia a troca de informações além de prédios particulares e universidades. Foi a partir desse sistema que a ARPANET foi criada, precursora da internet.

A ARPANET utilizava-se do sistema de comunicação não-hierárquica, o que permitia a transmissão em alta velocidade, de forma eficaz, já que congestionamentos das rotas de informação não existiam por causa da quantidade de caminhos que a mensagem poderia escolher para chegar ao seu destino. Após

---

<sup>6</sup> Software são programas e códigos que ensinam os computadores sobre suas tarefas.

<sup>7</sup> Hardware são as próprias máquinas, os elementos que constituem o computador e os periféricos.

isso, a ARPANET foi dividida em duas partes: uma que atendia a finalidades militares e propósitos de pesquisa e outra que se voltava para a sociedade em geral e começa, progressivamente, a ser chamada de Internet.

O número de usuários da Internet crescia cada vez mais e exigia-se a facilitação do envio de informações de um computador ao outro. Foram criados, então, a linguagem dos protocolos da internet. Esse protocolo consiste em duas variáveis: o TCP (Transmission Control Protocol), que define as regras da comunicação da rede; e o IP (Internet Protocol), que descobre o melhor caminho que a mensagem pode percorrer entre o remetente e o destinatário. Essa linguagem é utilizada arduamente até hoje e facilitou o manuseio da rede para os usuários da época, que tinham que decorar diversos números e endereços para efetuar a transmissão desejada.

Com o tempo, outros serviços de compartilhamento e transmissão de dados foram surgindo como o FTP (File Transfer Protocol), que permite buscar e copiar um arquivo disponibilizado em uma outra máquina; o Internet Relay Chat, que configura a primeira rede de comunicação instantânea entre pessoas independente da localização geográfica dos mesmos; o correio eletrônico (e-mail), que permite a troca de mensagens entre pessoas em todo mundo, a partir de um endereço eletrônico cadastrado a um provedor de acesso à internet; o ICQ (I Seek You), primeiro programa de conversação criado em 1996, por quatro jovens israelenses; e a World Wide Web (www ou web), que é um conjunto de documentos armazenados em computadores pelo mundo afora, oferecendo a informação buscada por meio de *browsers*<sup>8</sup>.

A Internet é, resumidamente, um meio para troca de informações independente da distância entre o emissor e o receptor. Cada vez mais, o mundo comercial está utilizando-se dela para facilitar transações e atividades de vendas, bem como promover produtos e serviços. Os baixos custos de inserção de uma empresa na web estão chamando bastante a atenção de empresas e transformando os hábitos e comportamentos da sociedade.

Os computadores e a Internet são os meios responsáveis por grande parte das mudanças sociais que estão ocorrendo atualmente. É a evolução constante dos

---

<sup>8</sup> Browser é um programa em um computador que contém diversas informações, de texto a imagens, que podem ser acessadas por qualquer usuário. Os browsers mais famosos atualmente são o Microsoft Explorer e o Netscape.

computadores com as mais diversas finalidades e a facilidade de adquirir todo tipo de informação pela Internet que está transformando a sociedade em uma esfera tecnológica e acelerada, exigindo muito mais dos seus indivíduos do que conhecimentos e habilidades simples, práticas e repetitivas. É necessário grande aprofundamento e renovação de informações constante em determinada área voltada para intelectualidade (já que atividades manuais estão sendo substituídas por máquinas) para existir na sociedade como alguém que não pode ser tão facilmente substituído.

### 3. SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Desde os tempos mais remotos, todas as evoluções tecnológicas têm em vista o intuito de facilitar o trabalho do homem e ajudar a aumentar a produção. A Revolução Industrial, que se iniciou por volta do século XVIII<sup>9</sup>, demonstrou com vigor a busca dos homens pela possibilidade de uma economia próspera no mundo do trabalho. Essa procura gerou a transição da economia agrária para a industrial, ou seja, os primórdios da Revolução Industrial.

O início da Revolução Industrial deu-se na Grã-Bretanha, pois a mesma dispunha de recursos, ou seja, a agricultura era eficiente e comercializada. O país começou a progredir com a produção da indústria de tecidos de algodão e as guerras no exterior ajudaram a estimular também as indústrias de ferro, engenharia e construção naval. O governo ajudava o comércio interno e a união entre Inglaterra e Escócia facilitou o deslocamento das mercadorias, que era comumente sufocada por barreiras alfandegárias, pedágios e impostos. A estrutura social não tão rígida quanto no resto da Europa favoreceu também o progresso econômico, possibilitando um artesão subir na escala social, por exemplo.

---

<sup>9</sup> Conforme FOLHA DE SÃO PAULO. *Atlas da História do Mundo*. São Paulo: The Times, 1995.

A partir de 1850, a Revolução Industrial estendeu-se a outros países, cada um de acordo com suas condições econômicas, sociais e culturais<sup>10</sup>. Fora da Europa e dos Estados Unidos, o desenvolvimento se deu por três estágios: a exploração de produtos valiosos (como metais, produtos agrícolas e petróleo), a manutenção e reparo das fábricas visando à exportação e, por fim, o desenvolvimento de indústrias para competir com o mercado mundial. Apesar de certa oposição à entrada das máquinas no sistema econômico, as vantagens sobressaíram-se e a força de trabalho rendeu-se à disciplina das fábricas.

Até então, as máquinas existiam para incrementar a força física do homem. Novas profissões na área industrial nasceram e, naturalmente, novos problemas emergiram como desvalorização do trabalhador, que poderia facilmente ser substituído por um computador na sua tarefa repetitiva. Cada vez mais, as máquinas e computadores são instruídos com novas tarefas que não só facilitam qualquer atividade humana, mas também a substituem. A partir disso, Adam Schaff<sup>11</sup> considera que estamos no início de três revoluções técnico-industriais: a microeletrônica, que consiste na introdução das máquinas em diversas atividades anteriormente ocupadas pelo homem; a microbiologia, com a engenharia genética que permite ao homem dominar cada vez mais vasta da natureza orgânica em geral; e a revolução energética, que se resume à busca por novas fontes de energia a fim de substituir as atuais. Todas essas mudanças sociais traduzem o que Schaff chama de segunda revolução industrial.

A capacidade intelectual e criativa do homem é o único aspecto que não pode ser substituído pela máquina. Com isso, a formação social da sociedade transformase enormemente. Como não haverá mais a utilização do trabalho manual humano, a classe trabalhadora desaparecerá e novas ocupações se farão presentes, principalmente na área da computação e na manipulação de dados (ou informações).

Com a ciência assumindo o papel da força produtiva, o termo “classe social”, como se conhece hoje (baseado na relação dos indivíduos com os meios de produção) deverá ser inutilizado. A sociedade da informática com seus profissionais – cientistas, engenheiros, técnicos e administradores – elimina o sistema manual e, conseqüentemente, as diferenças entre o trabalho manual e intelectual, trabalho no

---

<sup>10</sup> Id. *ibid.*

<sup>11</sup> SCHAFF, Adam. *Sociedade da informática*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

campo e nas cidades desaparecem. A utopia socialista entra em vigor e as desigualdades sociais são extintas. No entanto, é necessário considerar que elas não foram superadas e, sim, entraram em desuso.

A segunda revolução industrial cria preocupações novas. É preciso ressaltar que, atualmente, não são todas as pessoas que possuem acesso às novas tecnologias e se deve pensar onde elas se posicionarão socialmente na hora em que a classe trabalhadora for exterminada. Schaff não considera essa questão acreditando que, no momento em que o trabalho manual é substituído pela ciência, os indivíduos automaticamente irão se posicionar no novo mercado. Daí o problema gira em torno das informações acessíveis a eles. Isto é, haverá uma divisão na esfera pública entre indivíduos que têm informação socialmente importante e útil e aqueles que não têm. Isso não se resume somente à possibilidade de acesso a essas informações, mas também na capacidade pessoal de lidar com os milhares de dados que recebemos todos os dias.

Exige-se agora do homem uma atitude globalizada. O computador, como produto do homem, faz parte da cultura e, a partir dele, milhares de pessoas trocam informações desconsiderando qualquer distância geográfica que possa existir.

A difusão da cultura acontece através de técnicas cada vez mais desenvolvidas de transmissão de informação. O computador, atualmente, é o meio mais desenvolvido para essa tarefa. Além disso, ele tem a vantagem de possuir uma memória ilimitada (através de centenas de unidades e da rede global), a possibilidade de efetuar tarefas com muita eficiência representa um fator que proporciona aprendizado mais rápido, dinâmico e personalizado. A condição do computador de ultrapassar barreiras geográficas cria um elo entre a cultura nacional e a supranacional – caracteriza-se pela junção dos elementos culturais de diversas regiões em um indivíduo. Entretanto, por mais vasto que seja o conhecimento do homem sobre as culturas internacionais, é inerente a ele o valor patriota, onde se valoriza a própria nação a partir de sua conexão emocional e histórica com ela. O patriota estimula e luta pela melhoria do país a fim de glorificar o mesmo e valorizar sua história de vida.

Ligado ao patriotismo existe o conceito de *cosmopolita* observado por Schaff, ou seja, “cidadão do mundo”. Cada vez mais a tendência aponta para a internacionalização do indivíduo colocando em risco as tradições folclóricas da região e possibilitando o neo-colonialismo cultural por aqueles que detêm maior

poder sobre os meios de comunicação e, conseqüentemente, sobre outros povos. Esse perigo tira proveito da desinformação da sociedade que consome o exterior, rendendo-se a seus hábitos e costumes. A única solução para esse problema é dotar a população de conhecimento popular, o que a aproximaria do centro da sua própria cultura.

A cada novo conhecimento nacional ou supranacional, a personalidade humana é enriquecida e enrijecida. Os estereótipos são consolidados, passando a indicar o papel do indivíduo na sociedade. Essas ações baseiam-se no desenvolvimento social do homem, ou seja, dos contextos, histórias, relações sociais, conhecimentos e outros aspectos que a pessoa adquire no decorrer da vida e o colocam em funcionamento automaticamente no seu discurso, seja ele textual, visual ou por qualquer outra forma que estimule a produção de sentido no próximo. Todos esses aspectos inclusos no discurso produzem condições de significação materiais (a língua falada, por exemplo, repleta de contextos históricos), institucionais (que representa a formação social e a história do sujeito) e imaginários<sup>12</sup>.

O imaginário é a idealização de um sujeito dentro da sociedade representando-o com imagens traduzidas por outros que também estão submetidos a todas as essas produções de significados. Essas criações ideológicas são movidas pela comunicação sendo que, sem ela, os indivíduos não poderiam compartilhar informações nem produzir sentido. Tal produção configura o discurso, uma fala contextual, que permitindo o simulacro, ou seja, um mundo criado que possibilita ao indivíduo sentir-se completo, instruído de ideologias que o próprio acredita serem íntimas e particulares. Já a realidade apresenta toda a verdade e a falta de unidade com a qual o ser humano não consegue lidar. Os indivíduos precisam pertencer a um lugar estável, mesmo que por pouco tempo, para que sintam que atuam de alguma forma na sociedade.

A partir disso podemos ligar a sociedade de informação ao conceito de sociedade pós-moderna, trazido por Stuart Hall<sup>13</sup>, na qual o sujeito é formado de várias identidades e participa de diversos segmentos sociais. Essa impossibilidade de enumerar as identidades do ser humano pode se entendida pela quantidade de

---

<sup>12</sup> Conforme ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 5ª edição 2003.

<sup>13</sup> HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 3ª edição, 1999.

informações que ele está sujeito diariamente, transformando-o a cada segundo e adicionando novas ideologias ao seu ser.

#### 4. SUJEITO VIRTUALIZADO

Para falar do sujeito é preciso entender que este termo representa o indivíduo em formação, no momento em que ele faz escolhas de enunciados aparentemente livres, dentro de uma língua previamente instituída. Podemos então dizer que o sujeito é um objeto de estudo que possui um número altíssimo de variáveis relacionadas a crenças, valores, experiências sociais, entre outras. Enquanto o sujeito remete aos discursos que o completam, o termo indivíduo deixa o foco para o próprio sujeito já concluído e carregado de contextos.

As novas tecnologias carregam mudanças contraditórias na sociedade. A individualidade moderada, conceito defendido por Schaff<sup>14</sup>, implica na independência material desses novos seres enriquecidos e altamente informados, dando-lhes a liberdade para desenvolver atitudes atípicas e novas para a sociedade, que o constitui como indivíduo com identidade própria. Paralelamente, na nova sociedade, o problema de invasão de privacidade vem sendo a algum tempo discutido. Essa invasão impossibilita ainda mais a individualidade de Schaff<sup>15</sup>. De acordo com a evolução da sociedade da informática espera-se um agravamento desse problema

---

<sup>14</sup> Conforme SCHAFF, Adam. *Sociedade da informática*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

<sup>15</sup> Essa individualidade consiste em uma esfera íntima própria do indivíduo que entra comumente em conflito com o contexto globalizado que o mesmo se encontra. Se por um lado se tem uma suposta liberdade de escolha, por outro, todas elas estão inseridas dentro de uma determinada, língua, cultura e outras instituições pré-formuladas.

de privacidade limitando o homem a considerar-se somente “cidadão do mundo”<sup>16</sup>. A descontinuidade do pensamento tradicionalista, agora com a tendência para a internacionalização, insere o homem no espaço globalizado. Agora o indivíduo é formado por diversos elementos contextuais das mais variadas culturas.

Stuart Hall<sup>17</sup> retrata três tipos de identidade. Primeiramente, fala do sujeito iluminista, que se baseia no ser humano centrado e unificado, mesmo depois de qualquer desenvolvimento social ou tecnológico. Em segundo lugar entra em questão o sujeito sociológico formado a partir da interação com o ambiente social, sendo assim o indivíduo é repleto de contexto. Por fim, ele menciona o sujeito pós-moderno, passível às mudanças e composto de várias identidades diferentes, possibilitando que ele participe de diversos segmentos sociais.

A pós-modernidade é um conceito usado por alguns estudiosos para descrever a sociedade atual. Nela, o principal foco está na crise do sujeito, que se retira de uma posição estável para coexistir em ambientes diferentes e até contraditórios. Para sair dessa realidade incompleta, o sujeito utiliza-se do imaginário, do simulacro que se baseia nas informações que o sujeito adquire em vista de fazê-lo sentir completo e incluído socialmente. O imaginário aqui serve para passar a sensação ao homem de que ele é um indivíduo estável e completo, com crenças e histórias próprias, desconsiderando todos os discursos que os envolvem.

A relação da sociedade pós-moderna com o conceito de sociedade da informação reside na apresentação de mudanças sociais que estão moldando os novos sujeitos. No momento em que as tecnologias da informação entraram em vigor, o sujeito precisou se reposicionar na sociedade, criando uma variedade de identidades e permitindo-se fazer parte de um todo.

O sujeito descentralizado é nacional e internacional a partir da globalização e cria novos tipos de relacionamento com o outro, já que apenas uma parte de ambos se identifica. Esse relacionamento, por ora, pode ser considerado de certo modo mais complexo pela quantidade de identidades e conceitos que permanecem escondidos durante um período de tempo limitado, por outro lado os indivíduos

---

<sup>16</sup> A partir da possibilidade criada pela indústria computacional, o homem pôde quebrar de barreiras regionais e culturais, fazendo com que ele insira contextos em sua fala adquiridos em diversos lugares do mundo. Sendo assim, no seu discurso o homem expõe não só o que ele acredita ser suas crenças, mas também todas as entidades adicionadas a seu ser a partir da busca de informações globais.

<sup>17</sup> HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 3ª edição, 1999.

enriquecem-se de conhecimento, passando a compartilhar muito mais informações do que o sujeito sociológico, por exemplo, dispunha.

Até mesmo no discurso informativo dos indivíduos existe a inserção de contextos e experiências sociais que são transmitidas, na maioria das vezes, de forma inconsciente. Isso quer dizer que o discurso do homem não é somente dele, mas contém todas as entidades que compõem o seu ser. Esses discursos do homem são repletos de ideologias, ou seja, a estrutura que produz os sentidos, colocando o ser humano como uma realidade social. A ideologia só existe no momento em que o homem esquece com foram formados os contextos que o cercam e os discursiva, significando algo e fazendo-se presente.

Discurso é o efeito de produção de sentido causado nos interlocutores, ou seja, é uma fala ideológica que parte do pressuposto que ambos os locutores possuem o conhecimento contextual suficiente para significar os dizeres<sup>18</sup>. Para fazer um discurso funcionar, os indivíduos inseridos no processo comunicativo utilizam-se automaticamente da sua memória para decodificar o texto. Quando por um lado o intertexto remete à memória e à ligação entre textos, o chamado interdiscurso se baseia no esquecimento ideológico para tornar o discurso atual. Isso quer dizer que uma fala que já foi repetida diversas vezes ao longo da história precisa ser esquecida a fim de produzir noção de realidade nos discursos. O homem utiliza-se do interdiscurso pra fazer-se presente, atual e tornando-se o marco inicial da linguagem. No momento em que a troca de informação é iniciada, temos a comunicação, a única entidade capaz de produzir sentido. A comunicação do espaço cibernético traz novos tipos de marcas discursivas com novas significações.

Esse ciberespaço consiste em um metameio, ou seja, ele integra todas outras mídias (televisão, rádio, jornal, telefone, entre outras). As relações comunicativas que as mídias dentro do ciberespaço permitem são, incorretamente, consideradas virtuais (virtual como sinônimo de real). Para Pierre Lévy<sup>19</sup>, o virtual não é oposto ao real. O virtual significa um ambiente onde as atividades estão à margem de acontecer, ou seja, ela antecede o que Lévy chama de atual – construído aqui como algo consolidado pela ação. Uma ideologia só pode ser considerada atual, no momento em que ela significa algo para o receptor.

---

<sup>18</sup> Conforme ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 5ª edição. Campinas, SP: Pontes, 2003.

<sup>19</sup> LÉVY, Pierre. *O que é virtual*. São Paulo: Ed. 34, 1996.

Quando se fala em sujeito virtualizado é possível inserir-se na esfera cibernética pelo ponto de vista das atividades que não se concretizam. Isso quer dizer que é característico da Internet permitir somente marginalizações das ações, ou seja, diversas idéias são criadas e possivelmente distribuídas, mas nenhuma é validada, pois isso implica no relacionamento do homem com o mundo real, o mesmo que transmite instabilidade e escassez de significações. O indivíduo recorre ao imaginário para satisfazer-se seja intelectualmente, socialmente, entre outros. Essa esfera imaginária pode ser relacionada ao ciberespaço, pois os sujeitos não atuam, só pensam em fazê-lo. O virtual antecede ação, por isso pode-se dizer que tem foco nos contextos, sujeitos e instituição, enquanto o atual enfatiza as relações de significação que ocorrem nesse meio, por exemplo, cada qual com sua dependência em relação ao outro.

Por todos os aspectos encontrados na leitura, considerando sujeito, instituições, contexto, ideologias, entre outros, podemos dizer que todo texto é um hipertexto. Na grande maioria das vezes, detalhes como cor, tamanho, fontes, alinhamentos de uma letra não são percebidos, mas têm influência indescritível para o leitor, configurando uma relação de significação mais profunda, mesmo que inconsciente. Todos esses detalhes expressam sensações e significados que se adicionam ao conteúdo do texto os enchendo cada vez mais de decodificação de informações.

É na Internet que mais facilmente se percebe a existência do hipertexto, já que ela permite a junção dos mais variados tipos de elementos comunicacionais, cada um com seus contextos institucionais, histórias, ideologias que se inserem em todo o discurso. O que o interlocutor fala através de programas de conversação online, tal como o MSN Messenger, tem toda a história da empresa embutida e a produção de sentidos que o programa permite com a personalização de informações.

A conversa cibernética possibilita que as pessoas permaneçam anônimas umas às outras, considerando que cada contexto personalizável é, de certa forma, trabalhado para mostrar somente o lado de si mesmo que o indivíduo quer mostrar. Aí se encontra o conceito de individualidade contraditório ao meio de comunicação globalizado que será utilizado.

O discurso sem região geográfica, os contextos, o sujeito virtualizado, as ideologias, a comunicação, os computadores e a Internet são os elementos que

figuram a sociedade da informação ou pós-moderna. Todos estão interligados e agindo simultaneamente, transformando a sociedade em um ambiente cada vez mais contraditório e, ao mesmo tempo, completo.

## 5. METODOLOGIA

Monografia nada mais é que um estudo reflexivo e crítico de um assunto inédito ou de algo já estudado sob uma perspectiva diferente. Apesar da unicidade do objeto estudado, ele deve ser reconhecido pelos outros e servir de fonte para futuras hipóteses e contestações do tema, criando uma continuidade pública desse estudo.

A partir deste pensamento, parte-se para um estudo de caso onde, por meio de um ou poucos fatores, se estabelece uma pesquisa detalhada e aprofundada que visa à generalização, característica da própria ciência, mas não o faz, pois essas grandes construções são por vezes vazias e excluem exceções que podem ser necessárias para compreender objeto estudado. Considerando o caráter explorativo da mesma e partindo do pressuposto que ela nunca foi estudada houve a necessidade de especificar o tema para que o leitor não se perca na grandiosidade do assunto, já delimitado pela perspectiva de programas de conversação pela Internet. O teor de delimitação deste trabalho é característico de pesquisas qualitativas, por meio de buscas bibliográficas e documentais, e julga que se compreende o problema, mas não se retém dados numéricos ou estatísticos que o comprovem, já que a preocupação se encontra na identificação dos valores teóricos condizentes com a proposta.

Baseada em trabalhos previamente escritos (livros, revistas, jornais e outros), a pesquisa bibliográfica tem a intenção de limitar os assuntos que serão abordados nesta monografia como as evoluções da comunicação e dos computadores, o surgimento da Internet, a sociedade informacional e o sujeito atual. Outro método utilizado é o de pesquisa documental, pois busca em materiais oficiais da empresa (no caso, o portal MSN), elementos que possam aprimorar o entendimento do objeto.

Refletindo sobre o tema e penetrando na realidade social do problema, cabe ao pesquisador reconhecer seu envolvimento tendencioso e prevenir parcialidades e julgamentos sem base.

Com uma literatura crítica e fugindo do que se julga ser um conhecimento óbvio como fonte da pesquisa foram estipulados modelos, ou seja, delimitações do território a ser estudado e as áreas vazias de conhecimento a serem preenchidas. Logo após, é permitido criar teorias que servem para abrir campo para outros estudos e linhas teóricas a serem abordadas. Agora é possível a criação de teorias restritas à proposta de estudo – o papel do MSN Messenger na sociedade – que se caracteriza como uma generalização mais segura e menos responsável, já que se trata de um viés único e delimitado, fundado em um estudo de caso inédito.

### **5.1. Dispositivo Teórico**

O dispositivo teórico é a base mais apropriada para a análise do tema em questão. Partindo disso, cheguei à conclusão que a Análise de Discurso é o dispositivo mais ideal para este estudo. A Análise de Discurso, nesse caso, é necessária para entender os contextos onde o indivíduo se encontra para então ser possível perguntar qual papel do MSN Messenger na sociedade.

O dispositivo da Análise de Discurso baseia-se na relação homem, linguagem e realidade e trata do discurso como a palavra em movimento. Essa palavra percorreu um caminho histórico, repleto de ideologias que futuramente significariam a fala. Nesse momento, o homem vira sujeito, pois ele leva consigo toda a sua história, além da historicidade já inserida na língua e, inconscientemente, transforma-se em objeto ideológico. Para solucionar a questão, análise deve inserir elementos semióticos associados aos efeitos que eles causam no indivíduo pós-moderno.

Esta pesquisa busca a leitura de um novo meio de comunicação e qual a sua influência na sociedade. As inúmeras personalidades que a sociedade atual e os mais novos meios de comunicação permitem levam à busca de uma característica em comum de identificar tanto o sujeito quanto como ele utiliza o meio MSN Messenger para significar seus conceitos e ideologias. O mensageiro MSN também contém inúmeros elementos contextuais no decorrer da história da comunicação e da Internet que também devem ser levados em consideração ao identificar como o mesmo age na sociedade.

A partir da análise dos contextos imediato, institucional e macro-estrutural é possível traçar um caminho crescente que insere o MSN Messenger na realidade social. Esses níveis contextuais são formas estáveis de enunciar o tema. O primeiro, localiza-se mais próximo do assunto estudado, demonstrando as ideologias embutidas no mesmo. O segundo nível coloca o assunto dentro de uma instituição social para circunscrevê-lo. Nesse momento, se faz a associação com os contextos descobertos no primeiro para então poder traçar o nível mais generalizado, o macro-estrutural. Essa última esfera compõe a análise discursiva criando a margem para quem quiser explorar o tema futuramente, já considerando todas as falas que o mesmo emite.

## 6. HISTÓRIA DO MSN

O MSN é um portal oficialmente lançado em 1998 nos Estados Unidos que traz acesso direto a mecanismos de busca e ao correio eletrônico do Hotmail. Em 1999, ele chega ao Brasil oferecendo módulos de conteúdos fornecidos pelos parceiros IDG, pela Agência Estado e a Gazeta Mercantil, além de vários outros internacionais<sup>20</sup>.

Sem muita força e competindo com gigantes como o portal da AOL, a Microsoft propõe e financia, em 2000, a campanha de relançamento do portal MSN, inovando com o navegador MSN Explorer (serviço de busca na Internet), enfatizando a parceria com o Hotmail e o MoneyCentral e outros serviços que o MSN oferece, como o MSN Shopping e o MSN Messenger. Um terço do dinheiro do projeto foi destinado ao mercado brasileiro que apostava em aprimorar os serviços de criação de *home pages* pessoais para os usuários e o software MSN Messenger, além de integrar as ferramentas de comunicação do portal. Com o plano em mãos e se apoiando na capacidade da Microsoft de sempre melhorar seus softwares, a receita era utilizar a propaganda e o comércio eletrônico no relançamento.

---

<sup>20</sup> Conforme ZABEU, Sheila. Microsoft lança MSN Brasil. 04/06/1999 13:45. Disponível em <<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=975044>>. 21 de março de 2005.

O sucesso estava garantido, mas as críticas obrigaram a Microsoft a se abrir para interoperabilidade com serviços similares das empresas concorrentes, ou seja, o sistema computacional utilizado pelo MSN Messenger foi obrigado a possibilitar a interatividade com outros programas da mesma natureza. Desde cedo, esse problema de padronização de sistema de programas de mensagens instantâneas, vem sendo um problema para usuários. No ano 2000, a vantajosa substituição da ligação telefônica por mensagens instantâneas se encontrava ameaçada pelas inconveniências e desacordos das empresas rivais. O necessário era o lançamento de programas ou sistemas compatíveis com todos os softwares para que os usuários de todos os programas se conectassem. Não demorou muito para que quebrassem a barreira da concorrência acirrada e, mesmo sem autorização, lançassem programas que interconectassem os usuários do ICQ e do AIM (ambos mensageiros da AOL) aos outros. No entanto, a AOL abominava e sempre bloqueava as portas de acesso desses programas, obrigando os usuários da AOL e dos programas de interconexão a atualizar o software inúmeras vezes. Pouco tempo depois e com muita persistência diversos programas já estavam no mercado pra conectar clientes do ICQ, AIM, MSN Messenger e Yahoo! Messenger com sucesso. Atualmente, podem ser encontrados dezenas de programas com essa característica, os mais conhecidos são o Trillian e o Gaim.

Do começo de 2004 a 2005, o número de usuários dos serviços do MSN Brasil cresceu assustadoramente. Os programas que anteriormente eram líderes de mercado, como o AIM e o ICQ, perderam mais da metade de usuários para o MSN Messenger. Além disso, o tempo de uso da internet duplicou, sendo que a maior parte do tempo dos usuários residenciais é dedicado a conversas pelo mensageiro MSN. Mesmo com o lançamento do novo ICQ, em 2004, para competir com o MSN Messenger e com o vantajoso modo *superwebcam* do Yahoo! Messenger – o processo aumenta a qualidade da transmissão das imagens da webcam – o MSN, com a campanha Borboleta<sup>21</sup>, tornou-se líder absoluto de mercado. Desde 2002, com a versão 5.0 do software e com a campanha conjunta com a MTV focando o público jovem, o MSN vem tomando lugar no mercado dos mensageiros e portais.

---

<sup>21</sup> A “campanha borboleta” foi lançada em 2003 com o objetivo de aproximar o público da marca MSN através do personagem ícone: a borboleta, que tinha a intenção de demonstrar versatilidade, agilidade e confiança a serviços gratuitos oferecidos na Internet pelo portal. Para essa campanha foram criados três filmes: MSN Hotmail (“Faz com que seus e-mails sempre cheguem”), MSN Busca (“Traz o que você procura, sem perder tempo”) e o MSN Messenger (“Traz seus amigos pra perto de você”). Com o slogan “MSN é melhor com a borboleta” foi possível mostrar que a eficiência do portal MSN e as vantagens que ele proporciona ao público.

Em 2003, o objetivo era reforçar a marca utilizando-se de divulgação em mídias eletrônicas e impressas, na televisão aberta e a cabo, nos cinemas e nas várias revistas e veículos online do Brasil. Com o investimento de R\$ 5 milhões e o slogan “MSN é melhor com a borboleta”, o mensageiro instantâneo da Microsoft foi tomando dimensões nunca antes esperadas.

Sem dúvida, a esta altura os mensageiros virtuais tornaram-se uma febre nacional e mundial. O Brasil é o segundo país com maior número de usuários do MSN Messenger e com grande frequência de acesso a sites de relacionamento e interatividade, de acordo com a revista Exame de Janeiro de 2005. A vantagem dos mensageiros com relação ao telefone é a possibilidade de saber se o outro usuário está disponível para conversar e possibilita a troca de mensagem de voz, imagens, vídeos e outros arquivos, além do texto de forma rápida e instantânea, sem qualquer custo direto ao usuário.

## 6. O MSN MESSENGER

O MSN Messenger é um espaço hipertextual inserido no vasto ciberespaço que conecta e possibilita a conversação entre pessoas independentes da sua localização geográfica. Além dos discursos constantemente enviados e recebidos pelos usuários e de toda a historicidade contida nestes diálogos, o visual do programa causa efeitos significativos nos indivíduos. Todos os serviços oferecidos, os ícones, as fontes, as possibilidades de personalizar ao máximo o software, entre outros, constituem marcas discursivas que representam aspectos contextuais diversos e notados apenas inconscientemente.

A mais atual versão do programa pode ser adquirida no próprio portal MSN (anexo 1). O site indica o caminho que o usuário deve percorrer caso ele já possua um e-mail do MSN Hotmail ou possua cadastro através de outro endereço eletrônico no serviço Microsoft Passport, ou se ele está iniciando toda e qualquer atividade no momento presente (anexo 2).

Depois de seguir todos os passos indicados no site e ter efetuado o *download* do programa, o mesmo possui um sistema que o instala com facilidade, informando cada passo a ser percorrido. É necessário aceitar os termos de uso e declaração de privacidade (anexo 4) para continuar a instalação (anexo 5).

A partir da instalação é introduzida com mais ênfase a imagem (anexo 3) que representa duas pessoas a certa distância uma da outra. A que está mais próxima do usuário, noção adquirida pela perspectiva da imagem, e que representa o próprio é de cor verde e a outra possui um tom mais claro, representando seu contato. É importante ponderar características como a incompletude do boneco: ele não possui pernas, mãos, rosto ou qualquer outro aspecto que possa identificar sexo, idade, personalidade, comportamento, entre outros, permitindo que todos se identifiquem com o objeto. A ausência de pernas também passa a noção do ambiente imaginário, onde a localização geográfica dos usuários pode ser desconsiderada, já que o programa quebra essa barreira de distância. A cor dos bonecos representa segurança<sup>22</sup>, sendo ela representada mais fortemente para o usuário e mais suave para seu contato.

A tela do MSN Messenger abre automaticamente após instalar o programa no formato retangular na vertical, semelhante aos outros mensageiros, no entanto contém bordas arredondadas, o que passa a noção de movimento<sup>23</sup> e traz ao visual a característica do círculo<sup>24</sup>, que elimina a força gravitacional para adicionar a força centrífuga mantendo um movimento constante e circular ao redor do programa. O círculo também tem a característica de distribuir a atenção da pessoa para todos os pontos ao seu redor, podendo levar à utilização dos outros serviços oferecidos à margem esquerda e na parte inferior da janela (anexo 8). A cor predominante é azul, cor que inspira calma e serenidade<sup>25</sup> (anexo 6). As fontes próprias do programa (que não podem ser modificadas) consistem em fontes bastões que apresentam maior legibilidade e simplicidade de leitura<sup>26</sup>. Para usuários iniciantes, pede-se para configurar o MSN Messenger com uma conta de e-mail específica, gravando ou não a senha na memória do computador para acesso futuro automático; ou, caso o computador e o software tenham múltiplos usuários, recomenda-se que as senhas não sejam salvas e ou que haja uma conta do MSN associada ao Microsoft Windows.

Independente da configuração escolhida no primeiro momento, o acesso ao programa é facilitado pelos displays animados que informam que o programa está se

---

<sup>22</sup> Conforme RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. Brasília: LGE Editora, 8ª edição, 2003.

<sup>23</sup> Id. *ibid.*

<sup>24</sup> Conforme HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 2002.

<sup>25</sup> Conforme ESTUDO DAS CORES. Disponível em <<http://aprenda.html.vilabol.uol.com.br/cores.htm>>, 31 de maio de 2005.

<sup>26</sup> Conforme RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. Brasília: LGE Editora, 8ª edição, 2003.

conectando ao sistema. A animação consiste na movimentação em círculos da imagem dos dois usuários (anexo 7). Esse movimento passa uma idéia clara de interação e percebe-se despreocupação do local onde os usuários estão (localidade virtual), enfatizando a conversa entre os dois, que acontece na atualidade, em uma esfera social imaginária. Poucos segundos depois, o indivíduo está apto a conversar com as pessoas de sua lista de amigos. A pessoa que acessa o MSN Messenger deve ter em mente que só é possível conversar com outro usuário, uma vez que ela adicione o outro à sua lista de contatos clicando em “adicionar um contato” que se encontra na parte inferior da janela do MSN Messenger (anexos 8 e 9).

É importante mencionar a esta altura que a criação do mensageiro do MSN tem foco voltado para uso pessoal e de entretenimento. Os serviços como jogos, mensagens animadas, *emoticons* e imagens de exibição demonstram claramente como o programa é impróprio para fins comerciais, já que se acredita que esses serviços seriam distrações durante a utilização do profissional. Todavia, isso não impede que muitas empresas o utilizem para facilitar a transmissão de informação e o envio de arquivos entre franquias ou até mesmo empresas diferentes. De acordo com os termos de utilização do software, o uso comercial é proibido, no entanto pode-se partir do pressuposto que o MSN Messenger está sendo utilizado para fins comunicacionais e não financeiros.

Ao acessar o MSN Messenger, é permitido aos usuários diferentes status para exibição de seu personagem representativo. Trata-se de condições que estarão visíveis aos seus contatos e que indicam se você está ou não disponível para conversar (anexo 10). Cada estado contém um ícone representativo. Quando online, o “boneco” aparece simplificado, com sua cor original verde que, de acordo com o contexto social criado a partir dos semáforos, representa algo permitido. Portanto entende-se simplificada que o usuário está disponível para dialogar. Quando ausente ou no status “volto logo”, aparece um círculo representando um relógio, mostrando que o contato não se encontra, mas em algumas horas ou minutos deverá estar novamente disponível. Os status “ocupado” ou “ao telefone” aparecem com um ícone matemático que significa subtração, trazendo uma noção maior de ausência e indisponibilidade. Quando nesse status, todos os avisos comumente exclamados pelo software são desligados, desde os sons às janelas que aparecem regularmente no canto direito inferior da tela do computador, como se tivessem saído do ícone do próprio programa (para avisar as pessoas que acabaram de se

conectar ou mensagens de e-mail novas, por exemplo). Por fim o status “aparecer offline” permite somente que o usuário observe a movimentação de usuários na sua lista, ou seja, o indivíduo fica à espreita escondido (dos seus contatos) observando quem se conecta ou desconecta do programa sem poder receber ou enviar qualquer mensagem ou outro serviço.

Com o status configurado e os contatos adicionados, o envio de mensagem é feito com o simples clique duplo no nome do contato ou clicando com o botão direito do mouse e selecionando a opção “enviar mensagem instantânea”. Com o envio, uma tela será aberta: esse é o espaço da conversa privativa do indivíduo com seu contato (anexo 11). Os contatos podem ser divididos em grupos (anexo 8) para facilitar a identificação dos mesmos e o MSN disponibiliza a possibilidade de aceitar ou não que um contato o adicione à sua lista e, no âmbito da conversa, permite manter ou não históricos da mesma.

A partir disso, milhares de opções são oferecidas para enriquecer o diálogo. Primeiramente e com grande ênfase, o MSN Messenger é um programa que permite que o usuário personalize desde seu nome ao plano de fundo usado nas conversas.

Para trocar o nome que será exibido para todos os contatos, basta à pessoa clicar em “configurações pessoais” clicando no seu próprio nome na janela do MSN Messenger (anexo 10). Junto ao nome pode ser colocado *emoticons*, que são pequenas imagens representando emoções, dando cor e personalidade aos escritos. No entanto, só é possível utilizar essas pequenas imagens de expressão que são próprias do MSN Messenger. Há uma nova possibilidade de adicionar *emoticons* e pequenas imagens animadas de sua preferência ao mensageiro, no entanto, essas pequenas expressões também personalizadas não aparecem quando seus atalhos são colocados junto ao nome. Neste mesmo local é possível modificar a imagem de exibição própria. Essa imagem consiste numa representação de tamanho reduzida do usuário. Podem ser utilizadas desde fotos a desenhos e logomarcas se assim a pessoa preferir. Essa imagem é visível a todas as pessoas que o tiverem em sua lista de contatos. É importante salientar que a imagem escolhida por um indivíduo representa a perspectiva pessoal do próprio sujeito ou suas ideologias, incluindo os efeitos contextuais e culturais de seu desenvolvimento. A imagem de exibição também pode ser alterada clicando na própria na janela da conversa (anexo 12). O MSN Messenger disponibiliza várias imagens de exibição

grátis e o portal MSN possibilita que o usuário compartilhe suas imagens e adquira outras com os mais variados temas.

Outro fator a que não é dado tanto reconhecimento mas tem uma importância reluzente e inconsciente na conversa é a personalização do tipo e da cor da fonte (anexo 13). Cada fonte possui características diferentes que estão inseridas na identidade do usuário que a escolhe. A fonte Comic Sans (anexo 13), por exemplo, é descrita como fonte fantasia<sup>27</sup> e é sempre relacionada à infantilidade e a crianças. Quem usa essa fonte adiciona o contexto da mesma à sua fala. A cor também é um fator de extrema importância, já que cada uma tem um significado e uma forma diferente de ser decodificada.

O plano de fundo de uma conversa juntamente com as margens da janela são outras esferas personalizáveis. A importância principal do uso de diferentes fundos e cores para cada contato reside no fato de que é muito comum um sujeito trocar as janelas da conversa e, acidentalmente, responder à pessoa errada, causando certo desentendimento no decorrer do diálogo original. Para trocar o plano de fundo, basta clicar no ícone explícito na própria janela da conversa (anexo 14). Novamente o MSN Messenger possui imagens disponíveis junto com o *download* do programa e o portal MSN disponibiliza espaço para troca de planos de fundos criados por outros usuários.

A nova versão do MSN Messenger possui algumas novidades também personalizáveis. Um exemplo disso é o serviço “o que estou ouvindo”, que mostra automaticamente o nome da música que está sendo tocada pelo Windows Media Player ao lado do nome do usuário e troca automaticamente com a passagem de cada música. Isso estimulou enormemente o uso desse programa de áudio da Microsoft já que o ser humano tem uma necessidade inerente de demonstrar sua personalidade e ideologias também através do seu gosto musical. Outra novidade são os “winks”, que são uma forma de expressar suas idéias de forma animada e os pacotes temáticos que consistem em uma junção de plano de fundo, imagem de exibição, “winks” e *emoticons* instalados automaticamente de um determinado tema.

Depois da personalização do ciberespaço do mensageiro MSN, deve-se explicar os serviços oferecidos pelo software que o tornam preferencial no mercado dos programas de troca de mensagens instantâneas.

---

<sup>27</sup> Conforme RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. 8ª edição. Brasília: LGE Editora, 2003.

Primeiramente, o serviço mais simples e dinâmico consiste no compartilhamento do plano de fundo com o outro interlocutor da conversa (anexo 14). Outro serviço bastante utilizado é o de envio de arquivos de modo consideravelmente mais rápido que outros programas de bate-papo e outros mensageiros.

O MSN Messenger também tem a possibilidade de se criar uma conversa com mais de dois interlocutores (anexo 11). Basta clicar no ícone “convidar” na barra superior de ícones da janela da conversa e enviar o convite para o outro contato que se queira adicionar à conversa.

O mensageiro do MSN é o programa que, além de todos os recursos, tem serviços de compartilhamento de webcam e conversas por áudio com qualidade (anexo 11). Para disponibilizar a webcam para que algum contato o veja, é necessário que a mesma esteja conectada ao computador e configurada no MSN para que seja reconhecida. O Mesmo ocorre para a conversa de áudio. O usuário precisa dispor de microfone e som para falar e ouvir seu contato. É possível iniciar também uma vídeo-transferência, ou seja, uma conversa com uso de ambos os recursos de som e imagem. Caso um dos usuários não tenha câmera, ainda assim esse recurso é possível, no entanto, somente sua voz estará disponível para seu contato.

O MSN Messenger 7.0, último lançado, possui novos serviços que ainda não são muito utilizados pelos usuários como: o MSN Space, o blog do MSN, diário virtual onde a pessoa pode escrever seus pensamentos e disponibilizar ao público; o quadro de comunicações, que consiste em um quadro onde se pode desenhar para um contato a fim de expressar-se; MSN Foto Show, para compartilhamento de fotos na web; os cartões de visita que possibilita manter as informações dos seus contatos pessoas armazenados em um local específico e informam quando o usuário atualizou o MSN Space; e, finalmente, o compartilhamento de aplicativo que permite que um usuário veja a área de trabalho do outro.

Por fim o MSN, na sua característica de mensageiro de entretenimento possui um ícone para jogos que podem ser acessados junto com a conversa (anexo 11) – o site do MSN possibilita o *download* de mais jogos instantâneos.

O ideal divertido do MSN Messenger não está somente na personalização, serviços e jogos disponibilizados. Até mesmo o layout do programa é dirigido a esse propósito. O design, seus ícones e até mesmo seu formato com bordas

arredondadas transmitem esse dinamismo e essa noção de ambiente divertido e tranquilo.

## 7. ANÁLISE DISCURSIVA

No mundo do MSN Messenger a pessoa pode demonstrar ser do jeito que achar mais indicado e que melhor seria aceita pelos outros. Ausentando-se da imagem real, o MSN Messenger abre espaço para um mundo da fantasia. O próprio usuário cria uma nova pessoa dentro de si mesmo para interagir com o mundo virtual. Nele, nada tem a obrigação de acontecer. Promessas e propostas podem ficar jogadas no ar cibernético sem precisar ser postas em práticas, até porque as pessoas estão se desacostumando a agir, quando tudo pode ficar mais seguro e impessoal na esfera virtual. O sujeito então valoriza a sua individualidade e prende-se nela, tentando constantemente excluir de si o sujeito social com papéis ativos pré-definidos na sociedade através de sua historicidade, dos contextos e das experiências de vida.

Entendendo as particularidades do indivíduo cibernético, deve-se considerar que é ele próprio que cria a esfera do MSN Messenger, relacionado com outras entidades já contidas no programa. Portanto, a partir do foco de descobrir o papel do mensageiro MSN na sociedade, podemos considerar o próprio software como contexto imediato da análise de discurso em questão. O MSN é um espaço de interação entre as pessoas que junta a escrita, o som e a imagem, sejam elas do próprio usuário ou outras que o signifiquem.

Ocorre ainda que na esfera cibernética, a impessoalidade permite aos interlocutores qualquer tipo de discurso, considerando que ambos compartilhem um contexto comum, já que a elementos como a entonação de voz, gestos e olhares não podem ajudar o processo de produção de sentido dos sujeitos envolvidos na mensagem. Apesar de serviços já possibilitarem a interação desses elementos à conversa pela Internet, a distância afasta certo envolvimento a mais que se consegue em uma conversa “ao vivo”. Para que a atenção do receptor seja conquistada, o discurso deve significar algo para ele antes mesmo de ser expresso, pois a virtualidade e o mundo da Internet permitem que o mesmo se desligue da conversa e se volte para tantas outras possibilidades e informações ao seu dispor.

O MSN Messenger é um espaço livre para virtualizações e trocas de ideologias e contextos sem a devida responsabilidade por parte dos sujeitos. O que é falado no hipertexto cibernético permanece naquele espaço e raramente deixa o virtual para tornar-se ação no mundo real. Sejam conhecimentos, superficialidades ou até preconceitos transmitidos através desse mensageiro instantâneo, essas informações permanecem no meio em questão. Mesmo que se possa dizer que o indivíduo adicionou essas informações ao seu ser, fala-se apenas de uma das identidades do sujeito pós-moderno: a identidade que está dentro do MSN e, conseqüentemente, da Internet. Na pós-modernidade, o sujeito é repleto de contextos e histórias que formam diversas personalidades diferentes. Isso permite que o indivíduo se insira em diferentes e, até mesmo, contraditórios segmentos, sem que se considere excluído socialmente.

O contexto institucional da análise é resumido à Internet, ou seja, um mundo de inovações e informações procedentes de todo lugar do mundo que interliga todos os cidadãos, possibilitando a criação desse mundo virtual cibernético e tecnológico. Essa vasta gama de informações disponibilizadas ao homem por essa instituição (a Internet) dá margem a várias crenças e mundo simulados que faz com que o homem fuja cada vez mais da realidade, para uma esfera imaginária que o inclui.

A sociedade da informação exige grande velocidade por parte dos cidadãos para adquirir e distinguir informações que sejam úteis ou não ao que se refere. O tempo que sobra para conseguir as informações é transferido pela dificuldade de interpretá-la. A Internet, nesse caso, é o meio mais rápido para adquirir essas informações. Daí parte-se de um pressuposto que a pessoa saiba ou aprenda a separar e utilizar os conhecimentos que forem necessários, permanecendo, assim,

dentro de um contexto social privilegiado da sociedade. Tanto o portal quanto o mensageiro MSN podem ser considerados ferramentas de busca de informações, diferenciando seus enfoques e o tipo de conhecimento que se procura.

Para finalizar, o contexto macro-estrutural reside no conceito de globalização. A globalização é a “ciência” responsável por diminuir distâncias e tornar informações anteriormente desnecessárias ao ser humano, inerentes à realidade em que se vive. O próprio homem é um ser cheio de partes que agora são extremamente necessárias para que o mesmo possa se inserir nos segmentos sociais. A Internet possibilitou a globalização do mundo e do ser humano, transformando este último em, praticamente, uma máquina de significação, de produção sentidos cheios de contextos e historicidade de que todos reconhecem a existência, mas não o controlam. São inconscientes, e o sujeito sente-se melhor assim, com a ingenuidade de não acreditar que, a cada passo que toma, ele muda um grande aspecto da sociedade.

Utilizando a análise dos níveis contextuais, podemos chegar ao papel que o mensageiro MSN ocupa. Ele cumpre o papel de inserir o indivíduo na sociedade. Essa afirmação pode ser garantida por sua característica de meio de comunicação mais inovador, isso quer dizer que, na sociedade onde o que mais se valoriza são as informações que o indivíduo possui (e não ele próprio), o mensageiro permite que o homem busque e divida com mais facilidade todas as informações que julgue ser necessárias a si mesmo. A partir do conhecimento que adquire, o indivíduo formula seu ser e suas ideologias, criando novas identidades que podem ou não coexistir. Dentro desse mensageiro, a pessoa pode representar qualquer papel e o discurso será o mesmo: a expectativa de adquirir cada vez mais e informações de diversas procedências e compartilhar seus conhecimentos, estipulando qual receptor receberia melhor qual informação – criando assim uma identidade a cada discurso.

## CONCLUSÃO

Desde o início a proposta desta monografia foi a de identificar o papel do MSN Messenger na sociedade. A partir de toda teoria e análise, percebe-se que o mensageiro não é só fundamental, mas também representa uma grande vitória no âmbito da evolução da comunicação. Ele disponibiliza meios baratos e dinâmicos para o relacionamento entre as pessoas, mesmo que se enfrentem barreiras psicológicas, sociais, raciais, regionais, geográficas, entre outras.

O MSN Messenger criou uma nova forma de as pessoas se relacionarem que associa segurança à distância. O relacionamento que ainda se encontra na esfera virtual – pois eventualmente as pessoas acabarão se esbarrando – é tão estimado quanto as relações atualizadas e materiais, se assim for possível descrever a rara conversa *cara-a-cara*.

É mais que possível afirmar que haverá dezenas de desapontamentos e desencontros, pois isso é resultado da individualidade colocada em questão nas conversas através do MSN Messenger. Por outro lado, essas conversas virtuais permitem certo mistério que é um atrativo para esses indivíduos intelectuais e curiosos.

Com a revolução social que está ocorrendo, novos problemas surgirão. Por isso, é importante que os indivíduos percebam previamente tais problemas e impeçam que eles aconteçam. O mundo globalizado requer não só meios de

comunicação velozes e dinâmicos, mas indivíduos com a mesma característica atuando socialmente.

Todas as teorias expostas neste trabalho foram necessárias para entender socialmente o MSN Messenger. O programa permite que as pessoas se relacionem entre várias tarefas inadiáveis que exigem velocidade na atuação, renovando o indivíduo avesso à rotina para que o mesmo consiga trabalhar continuamente sem interrupções. As pessoas estão sujeitas a informações 24 horas por dia, portanto o desgaste psicológico é extremo. O mensageiro MSN cria a ilusão de que a conversa virtual consiste em entretenimento e não em uma troca constante de dados, contextos e histórias. Portanto pode-se dizer que o MSN Messenger possibilita certa continuação na sociedade, onde o indivíduo não pára de produzir a nenhum momento e ainda assim se sente livre e satisfeito para um novo dia de trabalho consciente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

COSTA, Marco Antonio F. da, COSTA, Maria de Fátima Barroto da. *Metodologia da pesquisa: conceitos e técnicas*. Rio de Janeiro: Interciência, 2001.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 2002.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Atlas da História do Mundo*. São Paulo: The Times, 1995.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar – como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 3ª edição, 1999.

HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 2002.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.

MARTINS, Francisco Menezes Martins e SILVA, Juremir Machado. *A geneologia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 5ª edição, 2003.

PINHO, JB. *Publicidade e Vendas na Internet: técnicas e estratégias*, de J.B. Pinho, São Paulo: Editora Summus, 2000.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. Brasília: LGE Editora, 8ª edição, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SCHAFF, Adam. *A sociedade informática: as conseqüências sociais da segunda revolução industrial*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

STRAUBHAAR, Joseph D. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

## **Sites**

BERGER, Matt. *Microsoft abrirá o Passport para rivais*. 20/09/2001 16:40. Disponível em  
<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=979871>>, 21 de março de 2005.

BRAUN, Daniela. *IDG Now! MSN Messenger cresce 55% no Brasil*. 24/02/2005. Disponível em  
<<http://idgnow.uol.com.br/AdPortalv5/InternetInterna.aspx?GUID=615A64CB-0AC0-45CD-9A2A-C8CFCD910B9D&ChannelID=2000012>>, 21 de março de 2005.

\_\_\_\_\_. *Microsoft espera dobrar usuários de MSN no Brasil.* 31/10/2002

09:57. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=983083>>, 21 de março de 2005.

CÉZAR, Ricardo P. *Versão brasileira da Microsoft vai mudar de nome.* 23/03/200

11:38. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=975451>>, 21 de março de 2005.

DECLARAÇÃO DE PRIVACIDADE . Disponível em

<<http://privacy.msn.com.br/default.asp>>. 22 de março de 2005.

ESTUDO DAS CORES. Disponível em

<<http://aprenda.html.vilabol.uol.com.br/cores.htm>>, 31 de maio de 2005.

EVERS, Joris. *Celulares terão mensagens instantâneas unificadas.* 12/11/2001

15:10. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=980408>>, 21 de março de 2005.

\_\_\_\_\_. *MSN Messenger ganha “emoções”.* 18/06/2003 15:42. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=984155>>, 21 de março de 2005.

GOYA, Denise. *Não deixe ninguém de fora da conversa.* 17/07/2000 10:13.

Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=135016>>, 21 de março de 2005.

IDG Now! *Chega nova versão do ICQ para combater MSN.* 14/07/2004 14:11.

Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=8205274>>, 21 de março de 2005.

\_\_\_\_\_. *MSN e MTV anunciam estratégia conjunta na Internet brasileira.*

12/06/2002 12:28. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=982090>>, 21 de março de 2005.

MAGALHÃES, Tina. *Microsoft anuncia nova estratégia para MSN Brasil.* 26/10/2000

09:11. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=976461>>, 21 de março de 2005.

MARTIN, Henrique. *PC World. Mensagens mais que instantâneas.* 19/12/2003

11:59. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=8204881>>, 21 de março de 2005.

MSN MESSENGER TRAZ BETA COM NOVOS RECURSOS. 18/06/2003 18:19.

Disponível em <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/062003/18062003-6.shl>>. 21 de março de 2005.

PC WORLD. *MSN lança campanha publicitária Borboleta para portal.* 12/06/2003

17:30. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=984126>>, 21 de março de 2005.

PORTAL DO MSN BRASIL. Disponível em <<http://www.msn.com.br>>. 22 de março de 2005.

TERMOS DE USO. Disponível em <<http://privacy.msn.com.br/tou/default.asp>>. 22 de março de 2005.

ZABEU, Sheila. *Microsoft lança MSN Brasil.* 04/06/1999 13:45. Disponível em

<<http://pcworld.uol.com.br/AdPortalV3/adCmsDocumentoShow.aspx?Documento=975044>>. 21 de março de 2005.

**Periódicos**

Comercial na internet. Exame, ed 829, ano 38, n. 21, p. 134, 27 de outubro de 2004.

Tagarelas Digitais. Exame, ed. 834, ano 39, n. 1, p. 102, 19 de janeiro de 2005.

ANEXOS

## ANEXO 1

The screenshot shows the MSN Brasil homepage in Internet Explorer. The browser's address bar displays 'http://www.msn.com.br/'. The page layout includes a top navigation bar with 'Links' and 'Ir' buttons, and a sidebar with 'Arquivo', 'Exibir', 'Favoritos', 'Ferramentas', and 'Ajuda'.

The main content area is divided into several sections:

- Top Right:** A promotional banner for 'SUBMARINO' DVD Player Samsung, priced at R\$359 (12x + f. grátis).
- Left Column:**
  - Canal Seu Dinheiro:** A list of financial links including 'Ações', 'Cotações', 'Calculadoras on-line', 'Suas Finanças', 'Seus Direitos', 'Impostos', 'Sua Empresa', and 'Notícias'.
  - Links e Recursos:** A list of utility links such as 'E-mail Grátis', 'Download de arquivos', 'MSN Messenger 7.0 novo!' (highlighted with a red circle and a red arrow), 'MSN no Mundo', 'Microsoft Brasil', 'Microsoft Press', 'Microsoft TechNet', 'Office Online', 'Suporte Microsoft', 'Windows Media Player', 'Windows Update', 'Pequenas Empresas', and 'Segurança do PC'.
- Center Column:**
  - Milhões de usuários. Encontre alguém!**: A search section for finding people, with filters for 'Mulheres de 18 a 25' and 'Mulheres de 26 a 35'.
  - Ou faça uma busca detalhada:**: A search interface with dropdown menus for 'Homem' and 'Brasil', and a search button.
  - Notícias:** A news section with the headline 'Furacão Adrian enfraquece, mas pode causar deslizamentos'. Other news items include 'Bush, apóia investigação sobre fotos de Saddam', 'Pedidos de asilo diminuem 36% em dois anos, diz Acnur', and 'Pesquisa pioneira com células-tronco gastou US\$ 200 mil por ano'.
- Right Column:**
  - Esportes:** A sports section with the headline 'Spurs garante vaga na final do Oeste com cesta de Duncan'. Other sports news includes 'Final europeia simboliza renascimento do Liverpool', 'Vice-presidente Kim deixa cargo no COI', and 'Cole dá vitória ao Chelsea de 1 x 0 sobre coreano Bluewings'.
  - Diversão:** A section for entertainment with the headline 'Teste de personalidade'. Other items include 'Resumo das novelas' and 'Main é o mês internacional'.
- Bottom Section:**
  - Encontre:** A section for finding products and services, including 'Carros novos e usados', 'Cotação do dólar', 'Compatibilidade amorosa', 'Calcule seu peso ideal', 'Imóveis', and 'Empregos'.
  - Compras:** A shopping section with 'Dia dos Namorados', 'Dell em 6x no cartão!', 'Guia de Câmeras Digitais', 'Guia de Televisores', 'Guia de Livros e Revistas', and 'Guia de Informática'.
  - Buscas sugeridas:** A section for suggested searches, including 'Carros usados', 'Câmera Digital', 'Seleção Brasileira', and 'Imposto de Renda'.

The bottom right corner of the browser window shows the 'Concluído' status.

## ANEXO 2

The screenshot shows the Microsoft Messenger website in Internet Explorer. The browser's address bar displays the URL <http://messenger.msn.com.br/download/>. The page features a navigation menu with links for 'Início', 'Meu MSN', 'Hotmail', 'Busca', 'Shopping', 'Groups & bate-papo', and 'Ajuda'. The main content area is divided into several sections:

- Baixar o MSN Messenger**: A large orange banner with the text 'Instale Grátis' and a sub-header 'Instale Grátis'. Below this, it states: 'Para usar o MSN Messenger, você deverá registrar um endereço de e-mail no Microsoft Passport. Se tiver um endereço de e-mail do MSN Hotmail ou MSN.com, você já está registrado!'.
- Novo Usuário do MSN**: A section titled 'Selecione uma opção de registro de endereço de e-mail no Microsoft Passport:' with two options:
  - TR** Solicitar uma conta gratuita de e-mail do MSN Hotmail e ser automaticamente registrado
  - OU**
  - TR** Registrar seu próprio endereço de e-mail
- Usuário Registrado do MSN**: A section titled 'Instalar o MSN Messenger' with the text: 'Caso já tenha se registrado, você está pronto para começar. Clique em Ir para iniciar o download.'

At the bottom of the page, there are several informational boxes:

- Conheça o MSN Messenger**: A box with a smiley face icon.
- Você sabia que...?**: A box stating 'Você pode usar uma Webcam ao Vivo para mostrar aos amigos quem você realmente é'.
- Confira!**: A box with a blue background.

The browser's status bar at the bottom indicates 'Concluído' and 'Internet'.

## ANEXO 3



## ANEXO 4



## ANEXO 5



## ANEXO 6



## ANEXO 7



## ANEXO 8



## ANEXO 9

**Adicionar contato**



**Como deseja adicionar um contato?**

Selecionar contato existente no Catálogo de Endereços.

Criar um novo contato com base em um endereço de e-mail.

[Mostrar meu catálogo de endereços](#)

[Buscar contatos no Diretório de Associados do MSN](#)

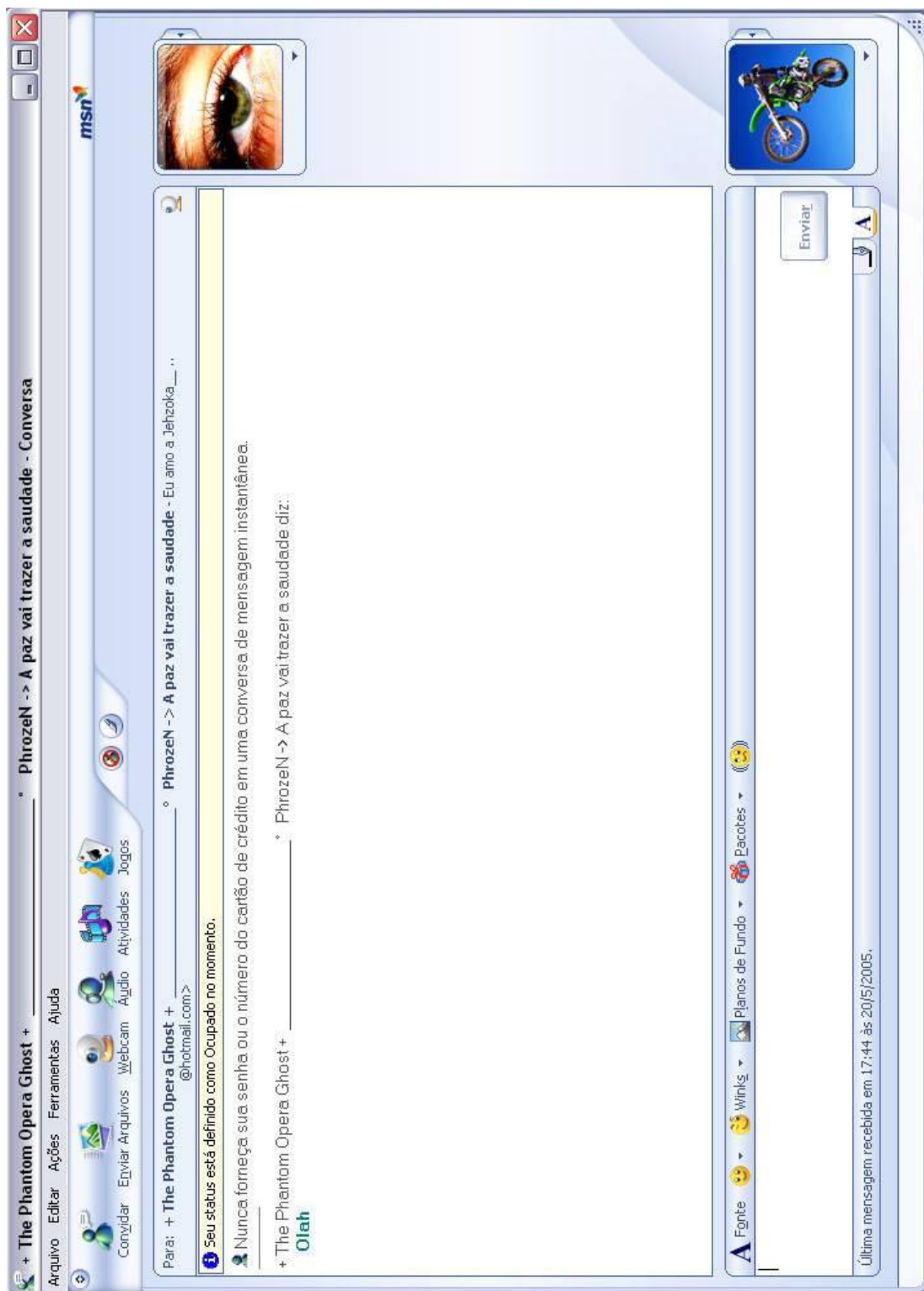
Se não for possível adicionar o contato à sua lista, este assistente o ajudará a convidar essa pessoa a usar o MSN Messenger.

< Voltar Avançar > Cancelar

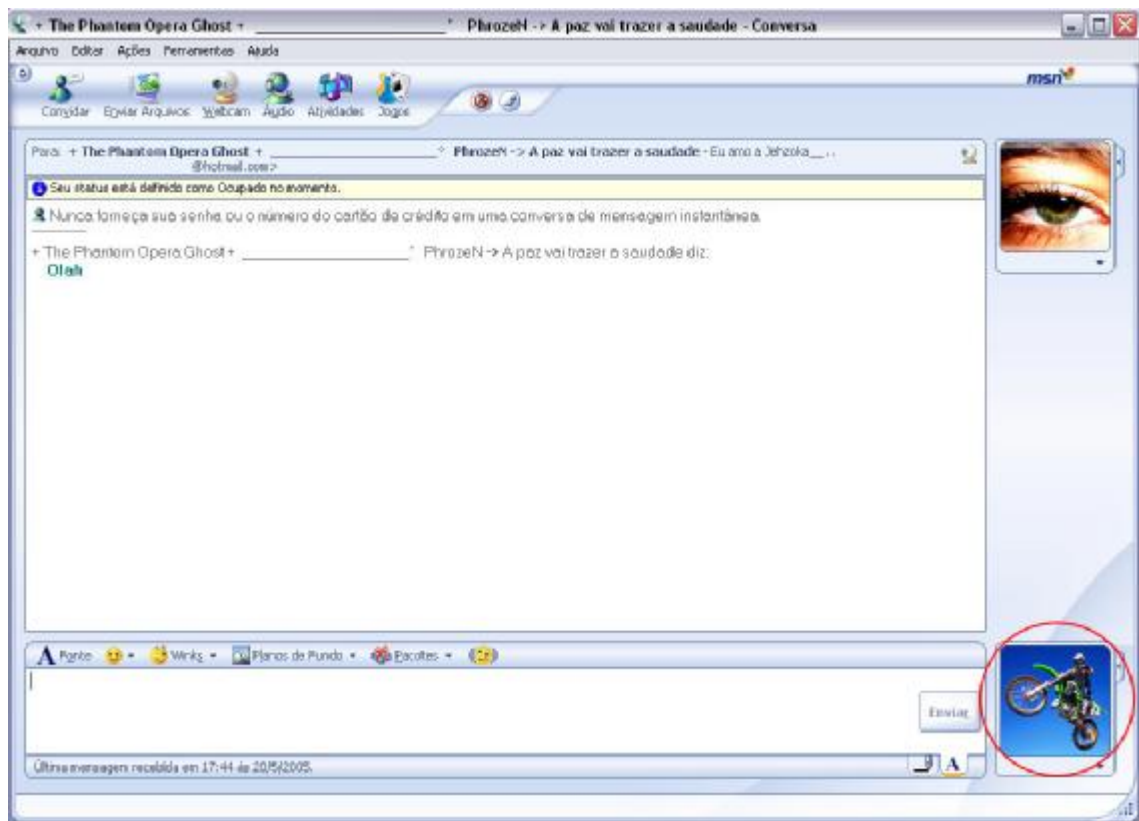
## ANEXO 10



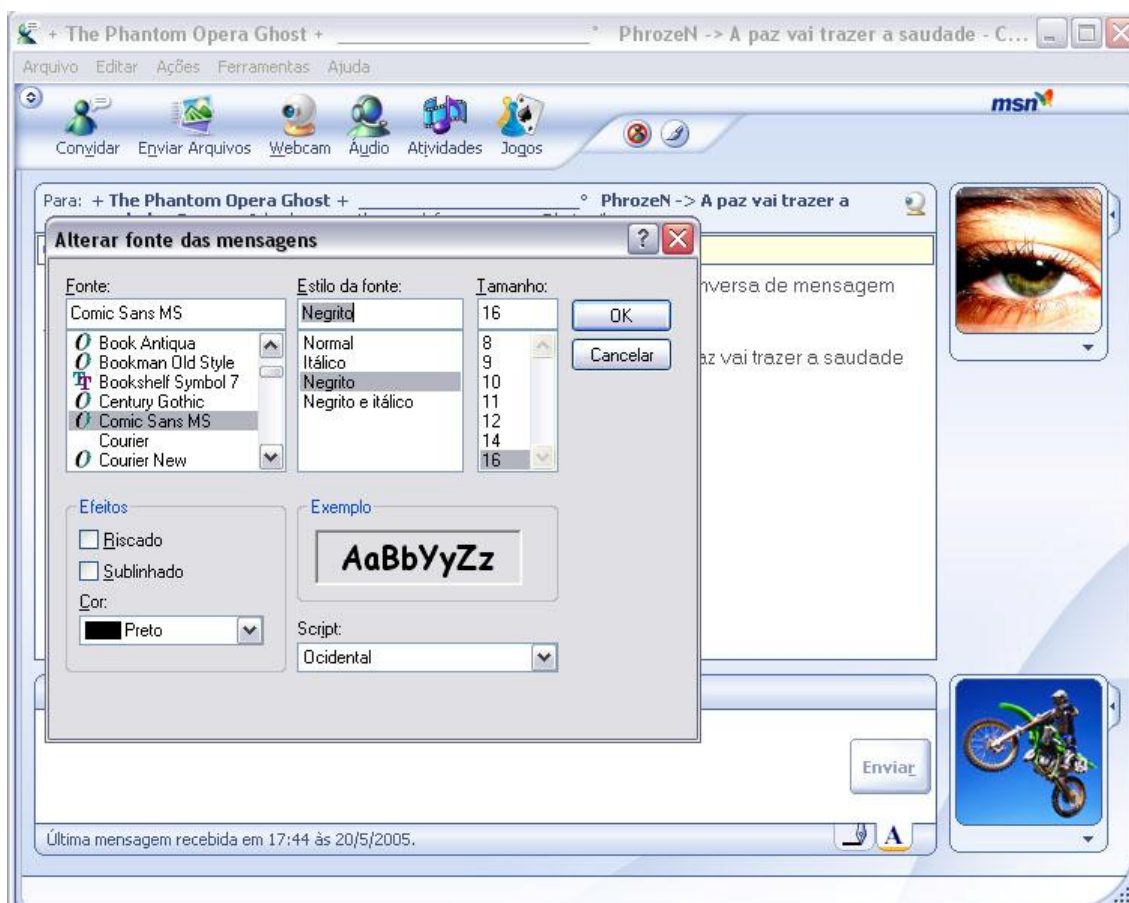
ANEXO 11



## ANEXO 12



## ANEXO 13



## ANEXO 14

