



## **Como fazer amigos e influenciar pessoas 2.0: quando o capital social desvia para o capital de influência<sup>1</sup>**

Jorge ROCHA<sup>2</sup>  
Centro Universitário UNA

### **RESUMO**

Com base nas conceituações de Pierre Bourdieu (1985) sobre capital social, comparando-as com as de outros autores (Coleman, 1988;1990 e Loury, 1977;1981) que tratam o tema em um contexto histórico-comunicacional, traçamos uma síntese da função do termo, aplicado à Cibercultura, concentrando-nos em compreender seus desvios. Em processos comunicacionais em ambientes digitais, esses desvios – aqui caracterizados como capital de influência – podem reduzir a utilização do potencial de uma comunicação inter-relacional. Desse modo, concluímos que tal configuração pode ser responsável pela possibilidade de fechamento de redes sociais à colaboração.

**PALAVRAS-CHAVE:** Capital social; Capital de influência; Redes sociais; Esfera pública

### **ESFERA PÚBLICA E MÍDIA DIGITAL**

Quando se fala em redes sociais aplicadas à Cibercultura<sup>3</sup>, o capital social costumeiramente é apontado como força motriz das relações entre agentes sociais/atores participantes do fluxo comunicacional digital, sendo responsável direto pela cooperação e pela interação. Quando o capital social é utilizado como se fosse a “panacéia” da comunicação digital realizada em rede e pressuposto como interacional e colaborativo, certo estranhamento nos aflige. Assim sendo, passamos a considerar que, à luz dos debates acerca da configuração de uma “nova” esfera pública no campo comunicacional hipermediático, é premente a necessidade de verificar se, neste “jogo inter-relacional”, a influência destacada de determinados agentes sociais sobre outros não estaria desvirtuando aquilo de que se pressupõe que tal conceito, caro às investigações de redes sociais, deveria cuidar.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Cibercultura, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup>Mestre em Cognição e Linguagem pela Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF). Coordenador da pós-graduação Produção em Mídias Digitais do IEC – PUC Minas. Professor do Centro Universitário UNA. jorgerochaneto@gmail.com

<sup>3</sup> Compreendemos que o termo redes sociais possui diversas acepções. Utilizaremos aqui o conceito de Souza e Quandt (2008: p. 35): redes sociais são “estruturas dinâmicas e complexas formadas por pessoas com valores e/ou objetivos em comum, interligadas de forma horizontal e predominantemente descentralizada”.



Concordamos que a ideia de capital social não pode ser dissociada das análises relativas aos processos conversacionais ensejados pela comunicação digital. No entanto, parece-nos cabível verificar até que ponto conceitos como os de sociabilidade, cooperação e interação realmente são implementados de acordo com a natureza descentralizada das redes sociais. Um dos pontos nevrálgicos deste artigo é traçar um painel conceitual dos pontos positivos e negativos do capital social, através de análises sociológicas comparativas, de modo a verificar de que forma operam possíveis desvios na condução da natureza inter-relacional das redes sociais e quais são suas implicações em relação à natureza da comunicação realizada em meio digital.

Neste artigo, apresentamos a ideia de que tais desvios, ao ocorrerem, podem representar um retrocesso de cunho operacional das redes, fazendo com que estas possam estruturar-se ou agir como se “contaminadas” pelos conceitos de *two-step flow* e *gatekeeper*, que potencialmente deveriam ser superados em meio digital interacional, uma vez que “pertencem” às mídias massivas. A esse desvio demos o nome de *capital de influência*, cuja proposição e aplicação no campo comunicacional serão pormenorizadas mais adiante.

Para que possamos seguir adiante em tal proposta, necessitamos antes evidenciar uma diferenciação conceitual entre os termos espaço público e esfera pública, pormenorizando por que optamos por utilizar este último neste trabalho, no sentido de melhor compreender o campo em que atua o capital social. Tal explicação é necessária para que possamos explicitar o campo conceitual onde operam os processos relacionais e conversacionais próprios do capital social na comunicação digital. É nosso ponto de partida conceitual, que nos auxiliará a compreender as relações de caráter descentralizado e equitativo em que devem operar os agentes participantes de um processo comunicacional relacional, de acordo com a lógica não-massiva.

Podemos recorrer inicialmente a Breton e Proulx (2002) para explicitar que o conceito de espaço público é utilizado com focos diferenciados em diversas áreas das Ciências Sociais. Por exemplo, em Teoria Política, são abordadas as transformações da democracia das sociedades; em Direito, há a ligação com a teoria do Estado Social; enquanto orientações etnográfica e etnometodológica dessa natureza são utilizadas em Antropologia – no que diz respeito às relações sociais nos locais urbanos. Especialmente em relação a este último ponto, conforme passamos a frisar nesse momento, os autores consideram que o espaço público pode ser considerado o espaço concreto de livre circulação de agentes sociais.



É uma perspectiva distinta da que é geralmente retida pela maioria dos trabalhos filosóficos ou sociológicos, que definem o espaço público como um espaço imaterial e simbólico em que são debatidas as questões práticas e políticas que interessam aos membros da cidade (Breton; Proulx, 2002: p. 195).

Para tratar de interações sociais em uma perspectiva baseada no ideário de Habermas, concordamos com Gomes (2006, p. 54), que considera o uso do termo esfera pública mais adequado do que espaço público, “desde que ela venha a ser entendida como a esfera ou o âmbito ou o domínio daquilo que é público”. Para melhor compreendermos essa consideração, ele pondera que a esfera pública é

(...) a esfera do debate ou do conflito argumentativo público. Essa acepção tem a vantagem de distinguir a discussão pública do próprio público que discute, distinção que a noção de espaço público não é capaz de oferecer, e para isso centra o foco no domínio deliberativo da vida social. (Gomes, 2006: p. 56)

Breton e Proulx (2002: p. 197) chamam ainda a atenção para o fato de que Habermas classificou a esfera pública como “espaço em que se discutem as questões práticas e políticas, em que a capacidade de convicção dos membros de uma sociedade uns em relação aos outros deve-se essencialmente à racionalidade dos argumentos”. Brittes (2004, p. 5), em seu estudo sobre a esfera pública habermasiana aplicada à comunicação digital, evidencia que a sociedade civil dispõe desse conceito ideológico para manifestar sua opinião “por meio da crítica, buscando explorar as possibilidades comunicativas existentes (...) assim como inventar novos meios comunicativos”. O deslocamento de uma sociedade de massa para uma sociedade da informação deve então ocorrer em “um conjunto polissêmico de mudanças que se processam no rastro da convergência das tecnologias da informação e da comunicação” (Brittes, 2004: p. 5).

Em relação a esta mudança ocasionada em relação as tecnologias informacionais, podemos ainda recorrer a Felice (2008, p. 25), que nos remete ao conceito de *mediascape*, criado pelo antropólogo Arjun Appadurai, que indica “os espaços midiáticos-informativos no interior dos quais se realiza o processo cognitivo de desenvolvimento das identidades”. Para o autor, é possível ainda, a partir desta conceituação, “pensar a esfera pública e seus processos de construção como uma realidade tecnorracial e como um espaço metageográfico” (Felice 2008, p. 25).

Desse modo, é cabível ponderar que a configuração de uma esfera pública ligada à comunicação digital deve constituir “espaços de formação de opinião que se processam



pela troca de argumentos mediados pela comunicação em rede ou comunicação mediada por computador” (Brittes, 2004: p. 6). Tal interrelação torna natural, para autores como Breton e Proulx, Gomes e Brittes, considerar a proposição habermasiana de que a esfera pública pode ser plural, uma vez que pode ser estruturada em redes locais ou interregionais e situada em diversos meios (literário, científico, midiático, etc.).

Tendo em vista essa conceituação de esfera pública, podemos melhor verificar sua relação com o campo comunicacional digital, lançando mão das proposições de Scherer-Warren (2006) para compreender a interrelação entre ciberespaço e redes sociais. Levando-se em conta os pressupostos da sociedade de informação, ela aponta três elementos fundamentais para analisar as redes sociais: temporalidade, espacialidade e sociabilidade. O primeiro diz respeito à comunicação em rede em tempo real, permitindo a conexão de tempos sociais distintos; o segundo trata as territorialidades virtuais e presenciais; enquanto o último aborda as novas formas de relações sociais. A combinação desses pontos de análise – tendo em vista o conceito de esfera pública aqui defendido, abrangendo a comunicação digital – pode demonstrar que

as redes sociais primárias, interindividuais ou coletivas, caracterizam-se por serem presenciais, em espaços contíguos, criando territórios no sentido tradicional do termo, isto é, geograficamente delimitados; enquanto as redes virtuais, resultantes do ciberativismo, são intencionais e transcendem as fronteiras espaciais das redes presenciais, criando, portanto territórios virtuais cujas configurações se definem pelas adesões a uma causa ou por afinidades políticas ou ideológicas (Scherer-Warren, 2006: p. 219)

No que diz respeito à temporalidade, Scherer-Warren (2006: p. 218) destaca que “as redes sociais informatizadas (...) aproximam e permitem a reflexão de temporalidades históricas distintas: a tradição, a modernidade e/ou a pós-modernidade”. Essas proposições conceituais associativas apontam a interrelação entre ciberespaço e redes sociais como esfera pública, tornando possível que nos concentremos em pormenorizar os modos de operação de espacialidade e – mais notadamente – sociabilidade. Para a autora, a espacialidade – com suas proposições sobre o virtual e o presencial, além de seus pontos de contato – define que as possibilidades de formação de redes de movimentos sociais ou de ação política são fundamentais para a análise sociológica. Tal análise, no entanto, contém um dilema:

Como combinar as abordagens macro e microssociológicas para o entendimento das relações sociais (primárias ou secundárias, locais ou globalizadas) ou, ainda,



a relação entre agência (das ações individuais às ações coletivas) e estrutura (institucionalidade do social), buscando uma perspectiva relacional que considere a integração das partes e do todo, ou entre o individual e o grupal ou institucional. (Scherer-Warren, 2006: p. 217)

Consideramos que uma provável resposta a essa questão pode ser encontrada, em termos iniciais, quando atentamos para as questões relativas à sociabilidade. Scherer-Warren (2006: p. 220-222) apresenta quatro elementos constitutivos de sociabilidade em redes sociais: reciprocidade, solidariedade, estratégia e cognição. Segundo a autora, reciprocidade é a representação de atividades que geram ou se realizam em redes, formando uma rede total, enquanto a solidariedade relaciona-se com redes que formam movimentos sociais, extrapolando limites geográficos, e a cognição estaria ligada à compreensão das transformações sociais realizadas por movimentos sociais.

Desses pontos, concentraremos nossa atenção na categoria estratégia, por estar diretamente ligada à ideia de esfera pública no campo comunicacional, conforme é defendido no presente trabalho<sup>4</sup>. Tal ligação pode ser evidenciada quando verificamos que esse elemento é responsável pelas relações de cunho decisório e de implementação horizontal, descentralizadas e de caráter emergente na formação, no desenvolvimento e na atuação de redes.

É possível considerar também, conforme faz Scherer-Warren (2006: p. 222), que a estratégia desempenha forte papel na formação de redes ao colaborar para definir sua natureza e seu campo de atuação, sendo observada nos processos de organização, articulação e de *empowerment* entre agentes, movimentos, organizações ou ações sociais em níveis variados. Desse modo, no campo comunicacional, estabelece-se uma relação direta entre esses processos estratégicos e o desenvolvimento de redes sociais em consonância com o ciberespaço como esfera pública. Ao assumir tal configuração, consideramos que o conceito de estratégia relativo à sociabilidade faz com que as redes sociais possam efetivamente estabelecer seus laços e conexões sob o prisma do capital social.

Com o intuito de validar essa proposição, passamos a detalhar o conceito de capital social, buscando sua aplicação em ambientes digitais, no sentido de verificar as interações comunicacionais no ciberespaço. Deparamo-nos com uma variedade de aplicações desse conceito em diversos momentos – como acontece com o termo espaço

---

<sup>4</sup> Não desconsideramos a importância das demais categorias de análise, mas optamos por concentrarmo-nos, neste artigo, no ponto *estratégia* por questões metodológicas. Os demais pontos serão avaliados em trabalhos já em desenvolvimento para estudar a conformação de redes sociais em ambientes digitais relacionais.



público, fato já demonstrado neste artigo. Portes (2000: p. 133), citando conceitos e autores, pontua que algumas das principais definições desse termo estão ligadas à participação em grupos e na construção deliberada de sociabilidades (Bourdieu, 1979; 1980; 1985), à crítica às teorias neoclássicas da desigualdade racial de rendimentos (Loury, 1977) e ao papel do capital social na criação de capital humano (Coleman, 1988; 1990). Como torna-se fácil notar, há pontos entrecruzados nestas análises evolutivas e conceituais que apontam possíveis interrelações, elementos de destaque no presente estudo. Em termos históricos, estes são os principais autores do conceito de capital social e a partir de suas proposições que buscaremos compreender os pontos positivos e negativos deste conceito aplicado à comunicação digital.

### **CAPITAL SOCIAL: CONCEITOS TANGÍVEIS**

As análises de Bourdieu, Loury e Coleman sobre o capital social foram acompanhadas por outras investigações sociológicas com o passar do tempo, reforçando o caráter de múltipla aplicação do termo. Portes (2000: p. 137), em trabalho ponderado na elaboração de um apanhado histórico conciso e eficaz, apresenta-nos esta progressão conceitual: desse modo, a ideia de capital social pôde ser compreendida como “recurso que os actores fazem derivar de estruturas sociais específicas e usam depois para a realização dos seus interesses (Baker, 1990: 619)”, “conjunto de elementos da estrutura social que afectam as relações entre pessoas e que são *inputs* ou argumentos da função de produção e/ou da função de utilidade (Schiff, 1992: 161)” e “contactos mais gerais através dos quais acedemos a oportunidades de utilização do próprio capital financeiro ou humano (Burt, 1992: 9)”.

Portes (2000) nos lembra ainda que Bourdieu produziu a primeira análise sistemática sobre capital social, considerando-o como um agregado de recursos efetivos ou potenciais capaz de fomentar e desenvolver redes sociais a partir de relações de reconhecimento mútuo.

A análise de Bourdieu pode ser considerada como a que apresenta maior refinamento teórico entre aquelas que introduziram o termo no discurso sociológico contemporâneo. O tratamento que dá ao conceito é de índole instrumental, centrando-se nos benefícios angariados pelos indivíduos em virtude da participação em grupos e, na construção deliberada de sociabilidades tendo em vista a criação de capital social. (Portes, 2000: p. 135)



Baseando-se na definição estabelecida por Bourdieu, Portes (2000: p. 135) ressalta que esta subdivide o conceito de capital social em dois pontos. O primeiro diz respeito à relação social que pode permitir que agentes sociais/indivíduos possam requerer acesso a recursos angariados por outros componentes do grupo, enquanto o segundo estabelece a razão entre quantidade e qualidade desses recursos. O autor parece tentar traçar uma possível linha evolutiva do conceito de capital social ao abordar a definição de Coleman (1988; 1990), que dividiu sua função entre a elaboração de estruturas sociais e as ações dos agentes sociais/atores – indivíduos ou grupos – em determinado agrupamento ou estrutura. Comparando essas duas definições, podemos ressaltar que

Tanto Coleman como Bourdieu sublinham a intangibilidade do capital social, em comparação com outras formas. Enquanto o capital econômico se encontra nas contas bancárias e o capital humano dentro das cabeças das pessoas, o capital social reside na estrutura das suas relações. Para possuir capital social, um indivíduo precisa de se relacionar com outros, e são estes — não o próprio — a verdadeira fonte dos seus benefícios. (Portes, 2000: p. 138)

Recorrendo a uma perspectiva representada por aspectos específicos de determinada estrutura social que fazem agentes sociais/indivíduos realizarem seus objetivos (Bertolini; Bravo, 2004) e foco no conteúdo das relações sociais (Gyarmati; Kyte, 2004, p. 3), Recuero (2005: p. 90) considera ainda que capital social é um “conjunto de recursos de um determinado grupo, obtido através da comunhão dos recursos individuais, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, e que está baseado na reciprocidade”. Portes (2000: p. 149) chama a atenção para a necessidade de uma definição bem apurada a respeito desses aspectos inter-relacionais, para evitar análises que “têm incidido nos potenciais benefícios disponibilizados aos actores em virtude da sua inserção em redes ou estruturas sociais mais vastas”. Para ele, tal abordagem pode não lidar a contento com estruturas qualitativas imprescindíveis para a compreensão do capital social e a configuração de redes, tais como aquelas relativas à sociabilidade.

Citando Robert Putnam (1993), um dos defensores mais reconhecidos e afamados dessa abordagem, Portes (2000: p. 149) apresenta a proposição de que o capital social pode ser entendido como as “características de organizações sociais, como as redes, as normas e a confiança, que facilitam a acção e a cooperação com vista a um mútuo benefício”. Portes considera que a definição de Putnam é imprecisa, pois constitui o capital social, ao mesmo tempo, como causa e efeito.



Cabe frisar que Portes não se encontra isolado nessa crítica. Estabelecendo uma discussão metodológica sobre a conceituação de capital social elaborada por Putnam, Reis (2003) pondera ainda que definir esse termo não é uma preocupação fundamental do autor. Para ele, a definição de Putnam de que o capital social é constituído por confiança, normas e sistemas, sendo estes responsáveis por facilitar ações sociais coordenadas, é bastante vaga, pois tais termos abrem um grande leque de possibilidades interpretativas e potencialmente não mantêm o foco em processos interacionais.

O ponto relevante aqui deriva da possibilidade de que as identidades e solidariedades *parciais*, e os esforços correspondentes de organização, devem inevitavelmente ser vistas como fontes de capital social, independentemente do fato de que podem comprometer o potencial de apoio geral para o sistema político, o governo etc. Essa é uma implicação de adotar-se de uma concepção estrutural do capital social que é expressamente endossada por vários colaboradores do volume organizado por Edwards, Foley e Diani (2001) – e que recupera o sentido original que foi atribuído ao conceito por seus formuladores iniciais, Pierre Bourdieu (1986) e James Coleman (1988). (Reis, 2003: p. 43)

Sob a luz de análises sociológicas, consideramos então que o capital social pode ser concebido em um aspecto relacional, ou seja, a inter-relação entre agentes sociais ou entre um agente social/indivíduo e um grupo. No campo comunicacional, sobretudo o digital, tal relação pode sustentar-se na aplicação dos conceitos – já apresentados neste artigo – relativos à sociabilidade. Desse modo, Recuero (2005: p. 90) relata que a reprodução do capital social, segundo as teorias de Bordieu, exige um esforço de sociabilidade – o que requer o uso de outros tipos de capital – e interação entre agentes envolvidos. Para a autora, “a abordagem puramente quantitativa da rede social (...) parece pressupor a conexão, sem salientar sua qualidade, sua profundidade e suas especificidades, que em redes sociais, fazem muita diferença” (RECUERO, 2005: p. 90). Tendo como base esta linha evolutiva e comparativa do conceito de capital social, interessa-nos trabalhar sua proposição relativa aos aspectos relacional e de sociabilidade, destacando-os em análises sociológicas relativas ao campo comunicacional digital.

## **REDES SOCIAIS E O ALERTA ÀS INFLUÊNCIAS**

Tais elementos relativos ao capital social podem ser observados mais acuradamente em análises de redes sociais (Social Networks Analysis – SNA), pois a metodologia



empregada nesses levantamentos, segundo Souza e Quandt (2008: p. 32), embasados pelas teorias de Stanley Wasserman e Katherine Faust (1999), verifica as propriedades e os conteúdos relacionados à interação entre unidades independentes. Assim, é possível identificar a manutenção ou a alteração de padrão das interações em determinadas redes. Tais interações possuem como elementos primários os elos entre os nós da rede e, como secundários, os atributos sociais dos agentes sociais/atores, sendo que suas análises são perpassadas por três fundamentos teóricos: teoria dos grafos, teoria estatística/probabilística e modelos algébricos. Passamos então a evidenciar cada uma delas, de modo a compreender seus papéis na equação inter-relacional que propomos neste artigo, na busca por uma análise que aproxime-se da complexidade de uma comunicação em rede, ao invés de desconsiderar determinados elementos que podem apontar ou constituir um desvio.

Souza e Quandt (2008: p. 32) relatam que, enquanto a teoria dos grafos, em termos de análises comunicacionais, é mais utilizada porque “privilegia uma análise descritiva/qualitativa de dados”, as demais são voltadas “para teste de hipóteses e análise de redes multirrelacionais”. Cabe ainda ressaltar a importância, na análise de redes sociais baseada na teoria dos grafos, da identificação dos tipos de nós (atores), de elos entre os nós (contatos-chave ou contatos indiretos) e da relação entre estes nós (primária, secundária ou indireta).

As principais características estudadas pela SNA são os graus de formalidade, densidade e centralidade. Souza e Quandt (2003: p. 35) apontam que a formalidade refere-se à existência de regras que padronizam os processos de interação, enquanto densidade e centralidade associam-se, respectivamente, à “quantidade de elos existentes com base no total de elos possíveis e aos graus de centralização geral de estrutura da rede”. Os autores destacam ainda a importância de analisar redes sociais tendo em vista a “identificação de seus nós, dos elos formados entre os nós e do tipo de relações que este nós estabelecem” (Souza; Quandt, 2008: p. 35). Tais elementos, cabe reforçar, encontram consonância conceitual com o que já apresentamos aqui sobre sociabilidade.

Passamos então a concentrarmo-nos em densidade e centralidade, uma vez que esses pontos são considerados por Souza e Quandt (2008: p. 52) como essenciais para a análise de redes. A densidade é a proporção entre o número de relações existentes e o número total de relações possíveis, enquanto a centralidade mensura a capacidade que determinado agente social/ator possui para equilibrar/desequilibrar/controlar o fluxo de informação de modo ativo na rede. Em relação a esses pontos, Souza e Quandt (2008: p.



52) afirmam que “um aumento na densidade da rede apresenta, potencialmente, relação direta com o aumento na eficiência da comunicação, difusão de valores, normas e informações entre os atores”.

Nesse momento, chamamos novamente a atenção para a necessidade de não se adotar uma análise estritamente quantitativa ao investigar redes sociais. Também ponderamos que a teoria dos grafos, cuja função analítica perpassa aspectos relacionais e sociabilidade, embora seja uma das mais eficazes para lidar com a atuação de redes sociais em ambientes digitais, pode carecer de complementação em relação às variáveis empregadas. Nesse caso, enquadram-se os possíveis desvios conceituais da aplicação do capital social em redes sociais voltadas para a comunicação digital, podendo transformar-se em capital de influência, que passamos a conceituar a partir desse momento.

Para tal, compreendemos que, se as proposições de capital social que optamos por utilizar – relativas aos aspectos relacionais e à sociabilidade - parecem corresponder a uma “orientação e ordenação de ações” de redes sociais em ambientes digitais, não podemos deixar de analisar possíveis fatores negativos, pois é com esse procedimento que começaremos a conceituar e verificar o capital de influência. Portes (2000: p. 146) identifica quatro consequências negativas do capital social: exclusão dos não-membros, exigências excessivas a membros, restrições à liberdade individual e normas de nivelção descendente. O primeiro ponto relaciona-se com os laços fortes desenvolvidos entre agentes sociais/indivíduos pertencentes a um mesmo grupo, o que pode permitir-lhes não autorizar a participação de outros. O segundo efeito negativo diz respeito ao fechamento do grupo ou da comunidade, impedindo o desenvolvimento de determinadas iniciativas de seus componentes. O terceiro é a exigência de conformidade, resultante da participação estrita em comunidades ou grupos. O quarto concentra-se no soterramento de ações/situações solidárias. Todos estes pontos têm em comum o fato de que reduzem ou aniquilam possibilidades de participação, dando maior relevo ao fator influência do que aos processos de sociabilidade.

Tendo em vista estas características, que muitas vezes são deixadas de lado em análises comunicacionais que envolvem capital social, podemos classificar o capital de influência como o conjunto de possibilidades de fechamento das redes à cooperação - minimizando assim a interação -, ao potencializar que um agente ou grupo de agentes mantenham, continuamente, uma pretensa hegemonia nos processos comunicacionais. Cabe frisar que este conceito também relaciona-se com o aproveitamento desta



influência - de intensidade variável, mas intencionalmente desenvolvida -, desequilibrando assim a prerrogativa de uma configuração comunicacional horizontalizada e descentralizada.

### **CARACTERÍSTICAS NEGATIVAS DO CAPITAL SOCIAL DESEQUILIBRAM AS REDES SOCIAIS?**

O capital de influência começa a operar nas brechas do capital social, quando o grau de influência de um ou mais agentes envolvidos em redes sociais ganha destaque a ponto de apresentar condições de desestabilizar um processo de interação. Este destaque pode ser notado mais pela assiduidade com que determinados agentes são “acionados” como ponto de partida de uma possível comunicação de caráter inter-relacional do que por uma análise relativa à sociabilidade - ou seja, uma provável concentração nos tipos de nós de redes em detrimento dos elos e relação entre estes nós. No caso de redes sociais voltadas para o campo da comunicação digital, tal descompasso poderia, além de descaracterizar a natureza descentralizada das ações e a estrutura onde elas ocorrem, fazer com que um comportamento de cascata repetisse padrões semelhantes ou relativos ao *two step flow* e à figura do *gatekeeper*, podendo até configurar como modelo o que é desvio.

Nesse sentido, ressaltamos que Watts e Dodds (2007) defendem que o comportamento de cascata pode não resvalar na aplicação destes modelos. Partindo da premissa de que o *two step flow* é descrito costumeiramente como a transmissão de informação da mídia para os líderes de opinião e o poder da influência destes líderes em relação a seus “seguidores”, eles apontam que, nos casos que estudaram, a maioria das mudanças sociais – influências – não ocorrem por atos de “líderes de opinião” ou “influenciadores”. Tais mudanças, pontuam os autores, ocorrem na relação entre pessoas facilmente influenciáveis que influenciam outras pessoas de mesma natureza, em um processo coletivo e intercambiável entre os papéis de “influenciadores” e “influenciados”. A assiduidade ou continuidade de uma ou mais pessoas como “influenciadores”, possivelmente alçando-as ao “patamar” de *gatekeeper*, seriam colocadas de lado.

Se analisarmos os processos interacionais das redes apenas pelo prisma dos tipos de nós (configuração de laços fortes que podem gerar grupos de influência), podemos considerar que esta proposição apresentada acima por Watts e Dodds (2007) ainda não



responde plenamente a questão levantada pela observação do capital de influência em relação a um desequilíbrio nas redes sociais. Mas estes mesmos autores, ao reforçar que as análises relativas ao comportamento de cascata compreendem não apenas os níveis de relação entre os agentes, mas também quem influencia quem e de que modo tal influência ocorre, apontam possíveis brechas no conceito extremamente positivo do capital social. Desse modo, reforça-se a ideia de que densidade e centralidade são conceitos de aplicação prática no sentido de “minimizar” quaisquer possíveis distorções ocasionadas por variáveis de influência. Podemos então considerar que, se por um lado, os pontos que compõem o capital de influência podem desestabilizar a natureza conceitual das redes sociais, por outro lado, as questões relativas à sociabilidade (elos e relação entre os nós da rede, além das relações horizontalizadas de cunho decisório e natureza do campo de atuação) podem colaborar para que a estabilidade retorne.

Essa associação nos parece agora satisfatória para lidar com o primeiro pressuposto relativo ao capital de influência – possibilidade de fechamento de redes sociais à colaboração. Avaliemos então seu desdobramento: controle de informação e “determinação” deste ou daquele rumo da cascata por conta de influenciadores destacados – que perpassa os quatro fatores negativos do capital social e pode ir de encontro à ideia de descentralização. Mantendo a controvérsia sobre a viabilidade das redes sociais sob a ótica da influência em detrimento de cooperação e sociabilidade, Surowiecki (2004: p. 68) frisa que quanto mais influente um membro de determinado grupo for em relação a outro(s) e quanto maiores forem seus contatos pessoais, provavelmente as decisões efetuadas em grupo serão menos acertadas. Em uma opinião incisiva e extremada, Surowiecki (2004: p. 86) acredita que

(...)decisões coletivas tendem a ser melhores quando tomadas por pessoas de opiniões diferentes chegando a conclusões independentes, baseadas, fundamentalmente em suas informações pessoais. Nas cascatas, nada disso é verdade. Efetivamente, algumas poucas pessoas influentes – seja porque calharam de terem saído na frente ou porque têm habilidades especiais e ocupam postos específicos no círculo social das pessoas – determinam o rumo da cascata. Em uma cascata, as decisões das pessoas não são tomadas de modo independente, e sim profundamente influenciadas – em alguns dos casos até mesmo determinadas – por aqueles que nos cercam.

Ele justifica tal assertiva ponderando que quanto maior for a influência exercida – em um ambiente de redes sociais –, maior será a probabilidade de que os agentes envolvidos disponham das mesmas informações fragmentadas, acreditando nas mesmas propostas e até cometendo os mesmos erros. Nesse caso, abre-se a possibilidade de que



haja um controle maior - e intencional, repetimos - por parte de agentes cuja influência contínua pode ser responsável por eclipsar a natureza interacional proposta para as redes sociais na comunicação digital, reduzindo o valor qualitativo de densidade e centralidade. Tais associações fazem com que Surowiecki (2004: p. 70) levante a seguinte questão: “as pessoas podem tomar decisões coletivas inteligentes quando estão em interação constante mesmo que errática umas com as outras?”. Ele mesmo trata de providenciar uma resposta, analisando que o que ele chama de “imitação inteligente” depende de dois fatores: “primeiramente, uma gama de opções e de informações inicialmente ampla; e, depois, o desejo de pelo menos algumas pessoas de colocar a sua própria avaliação acima daquela do grupo, mesmo quando não é sensato fazê-lo” (Surowiecki, 2004: p. 90).

Assim, o capital de influência também contempla o controle e/ou a fragmentação de informação entre agentes sociais/atores, além da ausência/minimização de cooperação – consequentemente, “puxando para baixo” o fator sociabilidade em um processo interacional. Tais fatores, assim constituídos e agregados, denotam que o capital de influência pode ser um elemento pernicioso à configuração e ao desenvolvimento de uma esfera pública associada à comunicação digital, quando seu caráter descentralizado é transformado em um modelo hierárquico e não-interacional. E quando um desvio ou distorção é incorporado ou compreendido como uma proposição modelar, o mínimo que se pode dizer é que houve uma desestabilização.

## **CONCLUSÃO**

Para compreender os possíveis desvios do conceito de capital social aplicado ao campo comunicacional, é plausível a adoção de uma análise sociológica, de modo a evidenciar sua aplicação em diferentes áreas das Ciências Sociais. Tal metodologia demonstra os prós e os contras de um elemento conceitual imprescindível à configuração de uma esfera pública que contemple processos interacionais e conversacionais, como se supõe que a comunicação digital deva ser, para que realmente faça a diferença.

Investigar os aspectos negativos do capital social à luz de análises sociológicas permite-nos ainda recuperar noções e conceitos indispensáveis para um debate sobre a viabilidade na “crença irrefutável” neste conceito. Desse modo, podemos traçar um quadro analítico que pode ajudar a colocar em xeque a ideia de que os graus de influência devam ser minimizados ou deixados de lado quando se pretende pesquisar



modos de operação de redes sociais. E, sendo da natureza do desvio, o capital de influência deve ser estudado como um valor sociológico, principalmente no que diz respeito à verificação de densidade e centralidade em redes sociais

Compreendemos também que o comportamento de cascata e a teoria dos grafos são modelos analíticos de prestimosa capacidade para lidar e verificar as interações em redes sociais, mas que não devem deixar de lado, no cumprimento de suas funções, os deslocamentos de influência, que afetam toda a relação e a formação dessas redes, a começar pelos conceitos de cooperação, sociabilidade e interação.

Reconhecemos assim a tensão entre capital social e capital de influência, apontando este último como elemento responsável a ser considerado em qualquer equação relativa a processos de interação. O capital de influência, conforme o abordamos aqui, é um desvio conceitual do capital social, quando desloca-se o fluxo de um processo emergente organizacional em redes de modo a retomar estratégias inerentes aos meios de comunicação de massa. Desse modo, tal desvio constitui-se em algo potencialmente pernicioso para o real desenvolvimento de uma esfera pública inter-relacional, que vem a ser o espaço onde realmente podem atuar de modo igualmente qualitativo os agentes participantes de um processo comunicacional descentralizado

Reforçamos aqui que o conceito de capital de influência abarca a verificação dos pontos negativos do capital social, investiga de que modo a configuração de "grupos de influência" pode desestabilizar um sistema interacional, além de desvelar uma linha tênue divisória que nem sempre é abordada em análises de redes sociais. Daí a preocupação redobrada em fazer deste um trabalho em continuidade, de modo a melhor dimensionar seu papel e sua importância na compreensão dessas redes.



## REFERÊNCIAS

- BRETON, Philippe; PROULX, Serge (2002). *Sociologia da comunicação*. São Paulo: Loyola.
- FELICE, Massimo Di (2008). Das tecnologias da democracia para as tecnologias de colaboração. In: *Do público para as redes – a comunicação digital e as novas formas de participação social* (Massimo Di Felice, org). São Paulo: Difusão Editora.
- GOMES, Wilson (2006). Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: *Mídia, esfera pública e identidades coletivas* (Rousiley Maya e Maria Ceres Pimenta SpínolaCastro, orgs.). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- PORTES, Alejandro. Capital social: origem e aplicações na Sociologia contemporânea. *Sociologia, problemas e práticas*, n. 33, 2000. <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n33/n33a06.pdf>>. Acessado em 1º de Março de 2009.
- RECUERO, Raquel. Um estudo do capital social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. *Revista Famecos*, n.28, dezembro, 2005. <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/28/raquelrecuero.pdf>>. Acessado em 12 de Novembro de 2008.
- REIS, Bruno Pinheiro W. Capital social e confiança: questões de teoria e método. *Rev. Sociol. Polít.*, 21, p. 35-49, nov. 2003. <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n21/a04n21.pdf>>. Acessado em 18 de Dezembro/2008.
- SCHERER-WARREN, Ilse (2006). Redes sociais na sociedade de informação. In: *Mídia, esfera pública e identidades coletivas* (Rousiley Maya e Maria Ceres Pimenta SpínolaCastro, orgs.). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- SOUZA, Queila; QUANDT, Carlos (2008). Metodologia de análise de redes sociais. In: *O tempo das redes*. (Pablo Duarte, Carlos Quandt e Queila Souza, orgs). São Paulo: Perspectiva.
- SUROWIECKI, James (2004). *A sabedoria das multidões*. São Paulo: Record.
- WATTS, Duncan J.; DODDS, Peter Sheridan. Influentials, Networks and Public Opinion Formation. *Journal of Consumer Research*, v. 34, dezembro 2007. <[http://cdg.columbia.edu/uploads/papers/w\\_d\\_JCR.pdf](http://cdg.columbia.edu/uploads/papers/w_d_JCR.pdf)>. Acessado em 18 de Dezembro de 2008.