



## Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet<sup>1</sup>

Raquel Recuero<sup>2</sup>  
(UCPel/Unisinós)

**Resumo:** O presente trabalho busca trazer elementos para a discussão da difusão de informações em redes sociais na Internet. A partir da apresentação do conceito, discute-se características da interação, dos laços e do capital social em uma rede. A partir desta discussão, propomos uma tipologia de redes sociais na Internet, voltada para as diferenças estruturais de composição da rede: redes centradas na interação e redes centradas na identidade. Essas redes, estruturalmente diferentes, podem também ter diferentes papéis na difusão da informação, como procuramos mostrar na exposição de alguns exemplos entre os casos estudados.

**Palavras-chaves:** redes sociais. capital social. difusão de informações.

### 1. Introdução

Uma das grandes questões sobre a qual muitos pesquisadores hoje estão voltados é a compreensão da difusão de informações em redes sociais e o impacto que a Internet ocasionou nesses fluxos (Adar e Adamic, 2004, 2003 e 2006; Adamic e Glance, 2005; Lento et. al, 2006; Shirky, 2003 e 2006). Este trabalho traz um conjunto de observações baseado em diversos estudos de redes sociais realizados a partir de 2004, em sistemas como o Orkut<sup>3</sup>, os weblogs<sup>4</sup> e o Fotolog<sup>5</sup>. Tais dados são trazidos aqui de modo mais generalista e menos sistematizado, no sentido de lançar questões e propostas a respeito do valor de elementos como o capital social e a composição do laço social como fundamentos para a reprodução de informações nas redes na Internet. Assim, apesar de não trazer estudos de caso específicos e particulares, este trabalho é traz exemplos observados a partir do conhecimento acumulado nesses estudos.

Inicialmente discutiremos os conceitos essenciais de rede, interação, laços e capital social, com suas classificações e percepções. Posteriormente, passaremos à

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi com o apoio do UOL - [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br), processo número 200503101133.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora e pesquisadora da Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas e da Comunicação Digital da Unisinós.

<sup>3</sup> Site onde é possível construir perfis e mostrar a rede social. <http://www.orkut.com>.

<sup>4</sup> Sistema de publicação na web, caracterizado pelo formato de pequenos blocos de texto em ordem cronológica. Vide, por exemplo, <http://www.blogger.com>.

<sup>5</sup> Sistema de publicação de fotografias que possibilita comentários, de forma semelhante aos weblogs. Vide, por exemplo, <http://www.fotolog.com>.



discussão dos tipos de rede social baseada nas diferenças e semelhanças entre seus elementos, e com base nesses tipos, lançaremos propostas de tipos de informações que são difundidas nas redes e de que forma.

## 2. O Estudo das Redes Sociais

Nos últimos anos, a metáfora da rede tem sido observada com atenção renovada, especialmente no que tange à sua aplicação aos sistemas complexos. Uma grande parcela destes estudos dedica-se a tentar compreender as características e propriedades dessas redes, a partir do estudo de suas partes em interação (Barabási, 2003; Buchanan, 2002). Vários estudiosos passaram a aplicar a metáfora para os agrupamentos sociais (Watts, 1999 e 2003; Adar e Adamic, 2006; Newman, 2004; Wellman, 2001 e 2003) e, a partir dessa visão, compreender como as estruturas sociais emergiam.

A abordagem de rede, no entanto, não é nova. Um dos antecedentes mais citados, por exemplo, está nos trabalhos de Euler que deram origem à chamada teoria dos grafos (Barabási, 2003; Buchanan, 2002), no século XVIII. No entanto, o estudo sistemático das redes sociais aparece apenas na década de 30, quando Jacob Moreno (1978) iniciou os trabalhos que deram origem à abordagem sociométrica e, conjuntamente, à abordagem estrutural (Freeman, 2004). Mas o que é uma rede social? Como pode ser definida?

Uma rede é definida como um conjunto de nós conectados por arestas. Assim, uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: **atores** (pessoas, instituições ou grupos) e suas **conexões** (Wasserman e Faust, 1994, Degenne e Forsé, 1999), compreendendo uma estrutura de grupo.

Quando trabalhamos com uma rede social na Internet, compreendemos a estrutura dos atores e suas conexões sociais como traduzidas pelas ferramentas da comunicação mediada pelo computador. A abordagem de rede é importante porque enfatiza as conexões entre os indivíduos no ciberespaço, mostrando que a comunicação mediada pelo computador é capaz de produzir e complexificar laços sociais (Garton, Haythornthwaite e Wellman, 1997). Redes sociais na Internet possuem conexões constituídas através de diferentes formas de interação e trocas sociais. Na Internet, por exemplo, é possível “assinar” uma lista de discussão, ou seja, participar de um grupo social sem interagir diretamente com seus membros, mas unicamente usufruindo das informações que circulam. Também é possível interagir com um grupo de blogueiros através dos comentários e, com eles, formar uma rede social (Recuero, 2003). Portanto,



percebemos que para compreender essas redes é preciso também compreender como se formam e diferenciam as conexões sociais que elas possuem.

A interação social mediada por computador, de acordo com Primo (2003) pode ser percebida de duas formas. A primeira delas é a **interação mútua**, que é negociada entre os agentes, construída enquanto acontece. É o que acontece em um canal de *chat* ou numa conversa no MSN<sup>6</sup>, por exemplo. Já a **interação reativa** é pré-programada, com opções já previamente estabelecidas, sem opção de criação ou negociação. A interação reativa acontece, por exemplo, em votações na Web onde o número de opções é limitada. Ambas as formas de interação podem ser sociais, na medida em que podem influenciar e mesmo criar estruturas sociais, a partir das ferramentas proporcionadas pela Internet (Recuero, 2006).

As interações mediadas pelo computador como formadoras de laços sociais apenas podem ser compreendidas na medida em que esses sites e sistemas de comunicação permitem que os atores criem perfis individualizados no ciberespaço. Donath (1999) salienta a importância da construção dos indivíduos para que a interação seja possível. Esses perfis podem vir sob a forma de um site que permite aos demais usuários percebê-los como um reflexo de um (ou vários) indivíduos. Essa personalização é um elemento essencial para o estabelecimento da interação, que é ancorado na presença do Outro. Através da construção desses perfis, os atores podem reconhecer-se como indivíduos e interagir. Essas construções permitem que a Internet possa funcionar como um espaço de sociabilidade, onde os laços sociais possam emergir.

Através da interação, são formados os laços sociais que vão conectar os atores nas redes sociais (Wasserman e Faust, 1994). O conteúdo das interações auxilia a caracterizar um laço social determinado. Granovetter (1973) classifica os laços sociais como fortes e fracos. Os laços fortes seriam aqueles caracterizados pelo grande investimento de tempo, pela criação de intimidade, de confiança, e de reciprocidade. Os laços fracos, ao contrário, possuem menor quantidade desses elementos, caracterizando, relações menos profundas, não traduzindo proximidade ou intimidade, e apenas relações esparsas, com muitas trocas sociais (Wellman, 1997). Um laço forte, por exemplo, seria

---

<sup>6</sup> Microsoft Network, sistema de conversa interpessoal online. Vide <http://www.msn.com>.



aquele que se tem com um amigo. Um laço fraco, por outro lado, seria aquele que caracteriza um conhecido<sup>7</sup>.

Os laços sociais que são formados através da comunicação mediada por computador podem ser também fracos ou fortes. A interação pode ser construída através das mesmas plataformas, como os comentários nos *weblogs* e fotologs, nos fóruns, nos *chats* e etc. (Wellman, 2002; Recuero, 2003; boyd, 2006, Stutzman, 2006 dentre outros). Elementos como reciprocidade e confiança, e mesmo a construção de comunidades virtuais também são frequentemente observados em grupos construídos pela comunicação mediada por computador. Esse tipo de agrupamento é normalmente associado a laços mais fortes (Rheingold, 1995; Recuero, 2002). Já laços que conectam indivíduos sem reciprocidade e com pouco suporte social costumam ser mais fracos.

Outra divisão interessante dos laços sociais é a que Breiger (1974) faz. Para o autor, há dois tipos de laços sociais, os denominados laços relacionais, decorrentes da interação social; e os laços associativos, decorrentes do pertencimento aos grupos. No primeiro caso, o laço é decorrente das trocas entre os indivíduos. No segundo, é decorrente de um vínculo material entre um indivíduo e, digamos, um país. Esses laços não são dependentes da interação diretamente. No entanto, discordamos que laços associativos não possuam interação.

Ora, explicamos que tanto a interação mútua quanto a reativa, na Internet, são construtivas de laços sociais, que seriam do tipo relacional. No entanto, a interação mútua constitui um tipo diferente de **pertencimento**. O pertencimento é compreendido como o sentimento que conecta os atores através dos laços sociais, que faz com que estes sintam-se parte do grupo. No caso da interação social mútua, o pertencimento é relacionado a um grupo emergente, baseado nas trocas sociais. Trata-se de um **pertencimento relacional**, semelhante ao laço relacional de Breiger. Muitas das comunidades que surgem através de *weblogs* são deste tipo. É preciso trocar comentários e criar laços para que se receba apoio e capital social. De outro lado, há grupos cujo pertencimento é baseado na identificação do ator com o grupo, mais do que na interação social que tem lugar ali. É o caso, por exemplo, de muitas comunidades no Orkut onde, apesar de centenas de usuários, há pouquíssima interação (Recuero, 2005). O que se tem é que o pertencimento do usuário está conectado com o assunto do grupo e

---

<sup>7</sup> Embora não se possa dizer que laços sejam necessariamente fortes ou fracos, havendo diferentes gradações, a divisão é interessante porque permite que se perceba que os laços que conectam os indivíduos nas redes sociais não são todos iguais.



não com as pessoas que fazem parte dele. É um **pertencimento associativo**, bastante semelhante à idéia de laço associativo de Breiger. Esses laços não se desgastam e possuem um baixo custo de manutenção. Assim, trataremos o laço como relacionado à característica de criação e manutenção, voltados ao tipo de pertencimento gerado.

Assim, vemos que, embora exista interação, os laços sociais constituídos na Internet possuem características diferentes, baseadas na apropriação das pessoas da tecnologia.

### 3. O Papel do Capital Social

Capital social é um conceito amplo. Embora a maioria dos autores concorde que se refere a valores forjados dentro de uma rede social (Wasserman e Faust, 1994; Scott, 2001; Putnam 2000; Bourdieu, 1983), há diversas percepções. Putnam, por exemplo, vê o capital social como diretamente relacionado às conexões entre os indivíduos, à reciprocidade e à confiança. São valores associados ao bem-estar de uma comunidade e de uma sociedade. Para Bourdieu (1983), por outro lado, o capital social é constituído de recursos abstratos, simplesmente associado ao pertencimento a um grupo. Esses recursos podem ser transformados em outros tipos de capital, que podem ser empregados pelos indivíduos em seu dia a dia, para seus próprios fins. Coleman (1988) associa o capital social à sua função, dando-lhe um caráter mais utilitarista, relacionado aos aspectos específicos da estrutura social.

O capital social, como recurso, pode ser embutido nos laços sociais, construído pelos agrupamentos, associado aos grupos e apropriado pelos indivíduos. Como uma relação social, que constitui a forma de produção do capital, existe através de **investimento e custo** para os envolvidos, o capital social que transita e que é produzido através dela, também depende desses investimentos para que possa ser acumulado nos laços sociais (Gyarmati e Kyte, 2004). Sem investimento, os laços sociais tendem a enfraquecer com o tempo, depreciando o capital social de um determinado grupo. Bourdieu (1983) explica que a reprodução do capital social também exige um **esforço de sociabilidade**, ou seja, de dispêndio de tempo e energia e de outras formas de capital de modo indireto (por exemplo, capital econômico). Relaciona-se, assim, também com os laços sociais. Um laço forte, por exemplo, tende a decorrer de uma maior interação, intimidade e reciprocidade entre os atores sociais. Logo, tende a compreender um maior investimento e uma maior quantidade de capital social acumulado. Já um laço mais

fraco, por outro lado, é decorrente de menos investimento e, logo, possui menos capital social acumulado.

Deste modo, o capital social constitui-se em 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 baseados na reciprocidade e na qualidade dos laços sociais. Logo, para estudar o tipo de capital social que existe em cada rede, é preciso estudar, também, o tipo de laço e o conteúdo das interações dessas redes.

Quais são os tipos de capital social? Bertolini e Bravo (2004) apresentam uma tipologia bastante interessante e eficiente para a análise. Suas categorias são propostas como: **a) relacional** - que compreenderia a soma das relações, laço e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede; **b) normativo** - que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; **c) cognitivo** - que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; **d) confiança no ambiente social** - que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; **e) institucional** - que incluiria as instituições formais e informais, que constituem-se na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto.

Tais aspectos do capital social seriam divididos entre os aspectos de grupo (que eles também chamam de **segundo nível** de capital social), ou seja, aqueles que apenas podem ser desfrutados pela coletividade, como o a confiança no ambiente social (d) e a presença das instituições (e), e os aspectos individuais, como as relações (a), as leis ou normas (b) e o conhecimento (c), que variam de acordo com os indivíduos (**primeiro nível** de capital social). A existência de capital social de primeiro nível é requisito para a constituição do capital de segundo nível (que representa uma sedimentação do primeiro) (Bertolini e Bravo, 2004). Deste modo, um segundo nível de capital demonstra uma maior maturidade da rede social, além de maior densidade e existência no tempo de seus laços. O capital de segundo nível é importantíssimo, porque aumenta a qualidade e a produção do de primeiro nível, criando um círculo de produção constante de recursos pelo grupo.

O capital social também pode ser construído através da Internet (Quan-Haase e Wellman, 2002) e é fundamental para a análise da difusão de informações. Não apenas



porque podem influenciar o modo através do qual as informações são repassadas em uma rede social, mas igualmente porque, juntamente com os laços sociais, constitui-se e caracteriza estrutura da rede social. Este capital social pode ser percebido através das interações, carregadas de valores, que transitam dentro da rede social.

#### **4. Tipologia de Redes Sociais**

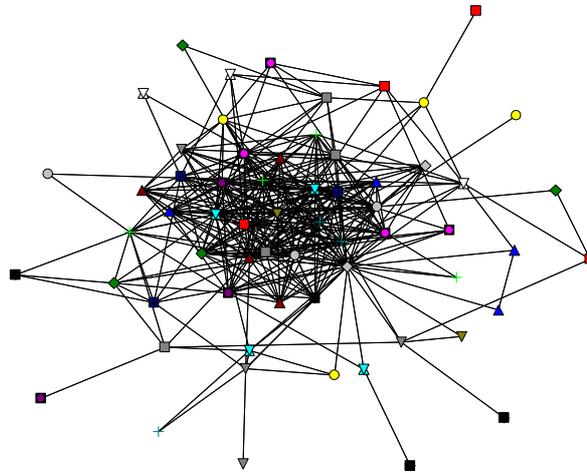
Se o capital social pode ser diferenciado e também os laços sociais que constituem a estrutura das redes, isso significa que redes sociais também podem ser diferentes. Essas diferenças que analisaremos aqui podem ser inicialmente estruturais, mas podem refletir-se em muitos outros aspectos.

##### **4.1. Redes centradas na Interação**

Redes sociais na Internet podem ser constituídas de duas maneiras: através da interação social mútua e da interação social reativa. A interação social mútua forma redes sociais onde os laços são constituídos de um pertencimento relacional, que é emergente, caracterizado pelo “sentir-se parte” através das trocas comunicacionais. Essas redes são caracterizadas pela presença de laços mais fortes e de capital social de primeiro e segundo níveis. São redes cujo custo é alto, já que os atores sociais precisam investir em conversas e trocas sociais através das ferramentas de comunicação. É preciso dispendir tempo para comunicar no MSN, para discutir em fóruns ou mesmo, para colocar mensagens no Orkut. Esse investimento acaba implicando em uma presença de uma menor quantidade de atores nessas redes, já que existe um alto custo. São, assim, redes mais fechadas, com atores em freqüente interação mútua, com confiança e suporte social.

Essas redes, por serem constituídas de laços mais fortes e maior qualidade de capital social possuem uma estrutura característica. São redes menores, mais densas, com uma maior quantidade de laços do que atores. Geralmente, possuem um núcleo bem definido, onde a reciprocidade é mais evidente. Essas redes são mantidas pelo interesse dos atores em fazer amigos e dividir suporte social, confiança e reciprocidade e, portanto, construir capital social do tipo relacional. Esse capital é o principal investimento desses atores, embora posteriormente, outros tipos de capital possam também surgir. Além disso, como há um limite no tempo investido na construção e manutenção da rede por parte de cada ator, há uma tendência que, por serem muito custosas, essas redes permaneçam pequenas (Allen, 2004).

Na Figura 1, vemos um exemplo de imagem obtida a partir de uma rede com características centradas na interação e dos comentários recíprocos da mesma.



**Figura 1:** Rede centrada na interação.

Observamos que tal rede possui uma grande densidade de conexões entre os nós, já que quase todos estão reciprocamente conectados, construindo a rede.

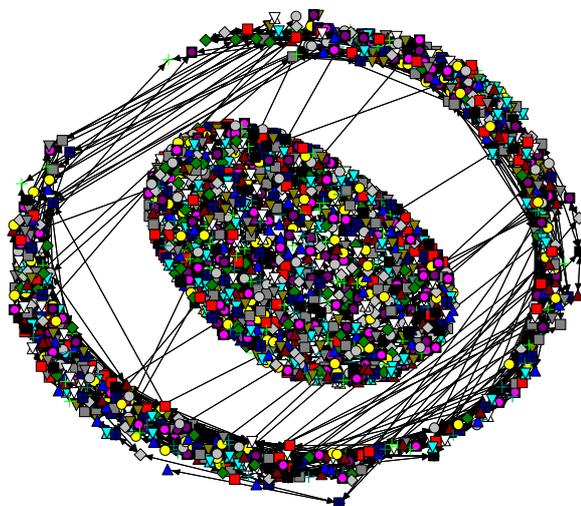
#### **4.2. Redes centradas na Identidade**

Já a interação social reativa forma laços constituídos de pertencimento voltado à associação com a rede social. Esta interação implica em um processo com pouco custo para o ator, onde basta associar-se e todos os valores da rede tornam-se imediatamente acessíveis. Essa associação, no entanto, é motivada por um processo de identificação entre usuário e grupo. Essa identificação é associada a uma construção de identidade como principal motivação para aderir a determinados grupos. É o que acontece, por exemplo, com as comunidades do Orkut: mais do que interagir, os atores procuram filiar-se ao grupo para mostrar um determinado interesse ou idéia comum. Esse processo é de grande importância para a definição do “eu” do ator, que ao filiar-se ao grupo, passa a construir, em seu perfil, a idéia de que suporta/apóia a idéia. Tal fato, embora em última análise tenha um fundamento relacional, já que pretende uma construção de identidade motivada para conquistar novos amigos ou contatos através de um processo de criação de empatia, é motivado, em primeira mão, por uma definição de si no ciberespaço. Semelhante fato acontece com fotologs de grupos ou centrados em idéias, outro exemplo. Ao procurar participar de um fotolog com o tema “cerveja”, o objetivo do ator é, mais do que interagir com os usuários do mesmo, mostrar à sua rede

social quem é, quais seus interesses e que, dentre eles, está o interesse na bebida. Tal fato, como ressaltaram Donath (1999) e Boyd (2004) é fundamental para que a interação social mútua possa acontecer. Para interagir, é preciso reconhecer o Outro e reconhecer, nele, um indivíduo com pontos em comum ou com pontos divergentes.

Esses elementos formam redes estruturalmente diferentes das redes centradas na interação. Essas redes são centradas na produção de identidade e, por conseguinte, possuem mais atores do que laços entre eles, além de laços mais fracos, com menor qualidade e quantidade de capital social. Pelo baixo custo de pertencer a esses grupos, percebe-se, também, que é possível que um mesmo ator faça parte de diversas redes, sem precisar dispendir tempo e energia na manutenção de tais laços. Uma vez formados esses laços, os mesmos não mais necessitam de investimento, mantendo-se até que uma das partes decida pelo fim da conexão.

Por conta disso, tais redes não possuem uma grande densidade de conexões (as conexões tendem a ser mais fracas), mas uma grande densidade de nós. Na Figura 2 vemos uma imagem obtida de uma rede com características centradas na identidade, a partir de suas conexões recíprocas.



**Figura 2:** Rede centrada na identificação.

Observa-se que, enquanto a primeira rede está mais interconectada, a segunda possui menos conexões e uma maior quantidade de nós. Por ser menos custosa para manter, essas redes podem ser muito grandes, já que seu custo é muito baixo para os atores. Além disso, são redes cujo valor está concentrado no capital social voltado para a construção de identidade, portanto, cognitivo ou informativo.



Essa diferenciação é essencial na medida em que permite que se compreenda que as redes sociais não são todas iguais e que suas diferenças estruturais interferem diretamente na difusão de informação através de suas conexões.

## 5. Difusão de Informação em Redes Sociais

Com o advento da complexificação das redes sociais na Internet, através do surgimento das ferramentas de comunicação mediada por computador, novos fluxos de informação foram aparecendo. O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais.

Juntamente com essa complexificação, o aparecimento de ferramentas de publicação pessoal, tais como os weblogs, fotologs, e mesmo o YouTube<sup>8</sup>, por exemplo, deu força e alcance para esses fluxos (Adar e Adamic, 2005), ampliando a característica de difusão das redes sociais. Muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto online quanto offline. Tal fato, já conhecido por muito tempo como adoção em cadeia de uma idéia ou produto (Rogers, 1995; Gladwell, 2002) é cada vez mais comum. Barabási (2003) credita a difusão epidêmica de informações observada na Web como consequência da existência de conectores, ou seja, indivíduos extremamente bem conectados em uma ou várias redes sociais.

No caso das difusões de informações em redes sociais, as mesmas são observadas através das conexões, compreendidas como **padrões de fluxo de informações** (Monge e Contractor, 2003). Granovetter (1973) apontou que os laços fracos teriam extrema importância nesse padrão, pois eram esses laços que mantinham a rede interconectada e que seriam responsáveis pelo fluxo de informações atingir pontos diferentes da rede.

Mas quais são os padrões de difusão de informação e como esses padrões são influenciados nas redes sociais na Internet? Dissemos que há dois tipos de estrutura de redes sociais. Resta-nos, portanto, discutir ainda como tais tipos influenciam essa difusão de informações.

Redes com características centradas na interação possuem capital social de primeiro e segundo nível. Há uma grande quantidade de informação circulando dentro

---

<sup>8</sup> Popular sistema de publicação de vídeos na Internet: <http://www.youtube.com>.



dessas redes, gerando suporte, trocas sociais e fortalecendo laços. No entanto, o capital social predominante nas redes interativas é o **capital social relacional**, ou seja, aquele que é decorrente da ampliação e do aprofundamento dos laços sociais através da interação mútua e do pertencimento relacional. Assim, nessas redes, o capital social que é buscado é aquele que diz respeito ao suporte social, ao apoio e confiança mútuos, que apenas podem ser compreendidos através da reciprocidade (Recuero, 2005). Esse capital social pode ser institucionalizado e é também constituído de normas de interação, tacitamente aceitas pelos participantes do grupo. O conjunto das normas permite cooperação entre os atores, que permite que o capital social seja cada vez mais ampliado e concentrado no grupo e, posteriormente, levado ao segundo nível (Bertolini e Bravo, 2004).

Nessas redes, as informações que circulam com mais facilidade são aquelas que falam ao capital social relacional, por consequência. Seus atores tendem a replicar apenas informações que sejam solicitadas pelos demais participantes do grupo e cujo capital social relacional seja imediatamente percebido.

É o caso, por exemplo, dos questionários. Questionários são conjuntos de perguntas que freqüentemente circulam dentro de redes de weblogs e fotologs. Trata-se de um conjunto de perguntas pessoais que são respondidas pelos atores e “passadas” a outros amigos de forma explícita. Outro exemplo, são as “maldições” surgidas no Fotolog, onde cada usuário é convidado a contar aos demais alguns segredos e, depois, “amaldiçoar” outros para que também contem. Tais informações aparecem de tempos em tempos nas redes. O objetivo de tais propostas é, justamente, ampliar a intimidade entre os atores na rede, através da publicação recíproca de informações de caráter mais pessoal. Essa publicação é interessante para essas redes porque, justamente, tende a espalhar-se inicialmente dentro desses grupos, como forma de ampliar o capital social e a interação entre os atores.

Redes com características centradas na identificação, por outro lado, possuem outra estrutura. São redes com muitos atores, freqüentemente com a presença de conectores (Barabási, 2003), com laços mais fracos e pouca reciprocidade. Esses laços são estabelecidos principalmente através da interação social reativa, que estabelece conexões que não possuem quase custo para os atores. Com isso, vários atores podem fazer parte de várias redes centradas neste aspecto, e as redes podem concentrar muitos atores. O pertencimento que estabelece as relações entre essas redes é voltado à associação que, por sua vez, é baseada na identificação. Essa identificação é



frequentemente conectada à uma construção de identidade, demonstração de gostos e preferências. O capital social que é concentrado nesses grupos é, justamente, o da informação (Bertolini e Bravo, 2004). Estar em tais redes é poder usufruir de informação que é divulgada nas mesmas e, mais do que isso, poder usufruir da informação que o pertencimento proporciona, que auxiliará na construção da identidade.

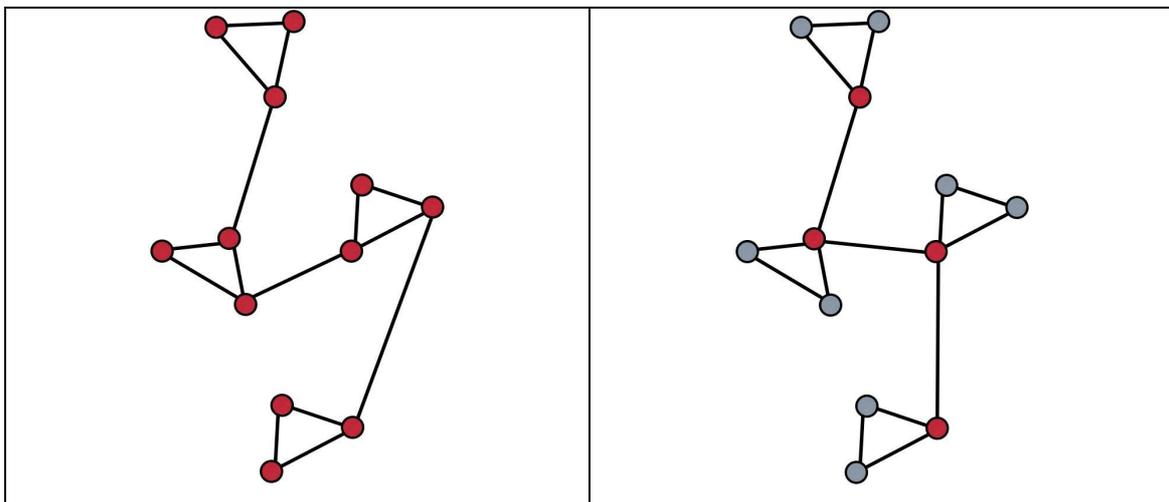
Essas redes possuem estruturas diferenciadas. Como os laços são mais fracos, há menos capital social acumulado na parte relacional. Por outro lado, como ressalta Granovetter (1973), esses laços são eficientes no transporte de informação, mas não tão eficientes na construção de suporte social e confiança, por exemplo. Os laços fracos são estabelecidos através do pertencimento baseado na identificação, outra motivação para salientar o capital social relacionado à informação. Tais redes tem estruturas mais difusas, menos centralizadas e podem concentrar diversas informações. Redes sociais com essas estruturas tendem a difundir informações voltadas para a reputação. Essas informações, que apelam sobretudo ao capital social informacional tem valor em sua novidade, ou seja, na primazia da divulgação junto a uma determinada rede interativa. Essas informações, assim, circulam de forma mais marginal nas redes sociais, atingindo, sobretudo, os laços fracos e as redes associativas.

É o caso, por exemplo, das piadas que são divulgadas junto a weblogs e fotologs. O valor da divulgação desses elementos está no fato de que a informação ainda não apareceu na rede interativa do ator. Por isso, ele repassa as informações obtidas através da rede associativa para sua rede interativa, acumulando o capital social obtido junto ao grupo. Um dos exemplos observados, tanto em redes de fotologs quanto de weblogs foi a confirmação do show da banda Aerosmith em São Paulo. Uma vez confirmado o show, diversos weblogs e fotologs passaram a notícia a suas respectivas redes interativas. Essa informação, no entanto, não circulou muito dentro dessas redes, a não ser sob a forma de tentativas de organização de excursões para ir ao show. Uma vez publicada a informação, os demais atores que participam da rede supõem que seus leitores já a leram.

Essas informações, portanto, tendem a circular mais nas redes associativas e marginais aos núcleos de redes interativas, pois parte de seu capital social está concentrada na primazia da notícia. No entanto, algumas vezes pode acontecer do capital social percebido ser também relacional, e a informação então, espalhar-se de forma mais epidêmica nos dois tipos de rede. Isso foi observado, por exemplo, quando os usuários do Fotolog criaram uma campanha contra o Ubbi, que teria adquirido a parte

do Fotolog no Brasil. Neste caso, o valor está não apenas na divulgação, mas igualmente, no fato de cada ator aderir à campanha. Assim, há informações que apelam tanto ao capital social relacional quanto ao capital social cognitivo.

Na Figura 3, podemos observar um esquema da difusão de informações nas redes sociais explicitadas. Os nós em vermelho representam aqueles atingidos pela informação e os cinzentos, os que não replicaram a mesma.



**Figura 3:** Difusão de informação com base no capital social percebido.

No primeiro exemplo, temos a difusão em redes centradas na interação. Como se observa, a informação tende a se espalhar dentro e através das redes, pois apela ao capital social relacional. No segundo exemplo, temos a difusão em redes centradas na identificação, com informações mais relacionadas ao capital social informativo, que se propagam através das redes de interação, mas não dentro delas.

## 5. Apontamentos Finais

Neste trabalho, procuramos explicitar uma proposta de como o tipo de conexão, na rede social, influencia a difusão de informação que acontece através dela. Vimos que essas conexões podem ser baseadas em laços sociais de foco na interação social mútua, com um pertencimento relacional associado à mesma., ou em laços sociais de foco na interação social reativa, com um pertencimento associativo, baseado unicamente na posição de membro da rede. Essas conexões tendem a formar estruturas diferentes, baseadas na interação ou na identificação, e a partir da reciprocidade, focar na produção de tipos diferentes de capital social, relacional ou cognitivo/informacional. Esses tipos de capital social influenciariam também o tipo de informação que é difundida em cada



rede, pois sua percepção influencia as motivações dos atores em reproduzir as informações.

### Referências Bibliográficas:

ALLEN, C. The Dunbar Number as a Limit to Group Sizes. Publicado em 10 mar 2004. Disponível em <[http://www.lifewithalacrity.com/2004/03/the\\_dunbar\\_num.html](http://www.lifewithalacrity.com/2004/03/the_dunbar_num.html)>. Acesso em 05 mar 2005.

ADAMIC, L.; ADAR, E. How to Search a Social Network. **Social Networks**, n. 27, vol. 3, p.187-203, Julho 2005. Disponível em <<http://www.hpl.hp.com/research/idl>>. Acesso em: 23 mar 2004.

\_\_\_\_\_. Friends and Neighbours on the Web. **Social Networks**, n. 25, vol 3, p. 211-230, Julho 2003. Disponível em <<http://www.hpl.hp.com/research/idl>>. Acesso em: 23 mar 2004.

ADAMIC, L. e GLANCE, M. The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: divided they blog. Proceedings da WWW2005 Conference's 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem.

BARABÁSI, A. L. **Linked**. How Everything is Connected to Everything else and what it means for Business, Science and Everyday Life. Cambridge: Plume, 2003.

BOURDIEU, P. The forms of Capital. Originalmente publicado em “Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital” In: **Soziale Ungleichheiten** (Soziale Welt, Sonderheft 2). Goettingen: Otto Schartz &Co. 1983. (pp 98 -183). Traduzido para o inglês por Richard Nice. Disponível em <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/resources/03.html>>. Acesso em 23 fev 2005.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. Social Capital, a Multidimensional Concept. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em 17 out 2004.

BOYD, d. Friendster and Publicly Articulated Social Networks. **Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)**. Vienna: ACM, April 24-29, 2004.

\_\_\_\_\_. Social Network Sites: My definition. Publicado em 12/11/2006. Disponível em <[http://many.corante.com/archives/2006/11/12/social\\_network\\_sites\\_my\\_definition.php](http://many.corante.com/archives/2006/11/12/social_network_sites_my_definition.php)>

BUCHANAN, M. **Nexus: Small Worlds and the Groundbreaking Theory of Networks**. New York: W.W. Norton e Company, 2002.

BREIGER, R. The Duality of Persons and Groups. **Social Forces**, vol 53, n. 2, p. 181- 190, dez 1974.

COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. **American Journal of Sociology**, n. 94, p. S95-S120, 1988.

DEGENNE, A.; e FORSÉ, M. **Introducing Social Networks**. London: Sage, 1999.

DONATH, J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. In: KOLLOCK Peter. e Marc Smith. (organizadores) **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, 1999.

FREEMAN, L. C. **The Development of Social Network Analysis**. Vancouver: Empirical Press, 2004.

GARTON, L.; HAYTHORNTHWAITE, C. e WELLMAN, B. Studying Online Social Networks. **Journal of Computer Mediated Communication**, n. 3, vol 1, 1997. Disponível em <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>>. Acesso em 05 mai 2004.



GLADWELL, M. **O Ponto de Desequilíbrio**. Como pequenas coisas podem fazer uma grande diferença. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

GRANOVETTER, M. The Strength of Weak Ties. **The American Journal of Sociology**, vol. 78, n. 6, p. 1360-1380, maio de 1973.

GYARMATI, D. e KYTE, D. Social Capital, Network Formation and the Community Employment Innovation Project. *In: Policy Research Initiative*, vol 6, n.3. Disponível em <[http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3\\_art\\_05](http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3_art_05)>. Acesso em 04 mai de 2005.

LENTO, T. et al. The Ties that Blog: Examining the Relationship between Social Ties and Continued Participation in the Wallop Weblogging System. **Third Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis and Dynamics**. WWW 2006, Edinburg, Scotland, 2006.

MONGE, P. R. e CONTRACTOR, N. S. **Theories of Communication Networks**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

MORENO, J. **Who shall survive?** New York: Beacon House Beacon, 1978.

NEWMAN, M. E. J. Small Worlds. The Structure of Social Networks. Disponível em <<http://citeseer.ist.psu.edu/514903.html>> Acesso em 20/05/2004.

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador**: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003.

PUTNAM, R. D. **Bowling Alone**: The collapse and Revival of American Community. New York: Simon e Schuster, 2000.

QUAN-HAASE, A. e WELLMAN, B. How does the Internet Affect Social Capital. *In: HUYSMAN, Marleen e WULF, Volker (org.) IT and Social Capital*. Novembro de 2002.

RECUERO, Raquel. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. Trabalho apresentado no **GT de Internet Comunicación e Sociabilidad** do ALAIC, em julho de 2006, São Leopoldo/RS.

\_\_\_\_\_. b Memes e Dinâmicas Sociais em Weblogs: Informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. Trabalho apresentado no **XXIX INTERCOM**, no GT de Tecnologias da Informação e Comunicação, em setembro de 2006, Brasília/DF.

\_\_\_\_\_. Comunidades Virtuais no IRC: o caso do #Pelotas. Um estudo sobre a Comunicação Mediada por Computador e a estruturação de comunidades virtuais. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (janeiro de 2002).

\_\_\_\_\_. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. Trabalho apresentado no **GT de Comunicação e Cultura do VII Seminário Internacional de Comunicação**, em Setembro de 2002. Trabalho publicado na revista 404notFound, v1. número 31, 2003.

\_\_\_\_\_. Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs. Trabalho apresentado no **GT de Tecnologias Informacionais da Comunicação da Compós**. Niterói, RJ, 2005.

RHEINGOLD, H. **La Comunidad Virtual**: Una Sociedad sin Fronteras. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995.

ROGERS, E. *Diffusion Networks*. In *Diffusion of Innovations* (4th ed.) New York: Free Press, p. 281-334.

SCOTT, J. **Social Network Analysis**. A Handbook. 2<sup>nd</sup> ed. London, UK: Sage Publications, 2000.

SHIRKY, C. Power Laws. Weblogs and Inequality. Publicado em 10/02/2003. Disponível em <<http://www.freerepublic.com/focus/f-news/840997/posts>>. Acesso em 23/03/2004.



\_\_\_\_\_. Social Software and the Politics of Groups. Disponível em <[http://shirky.com/writings/group\\_politics.html](http://shirky.com/writings/group_politics.html)>. Acesso em 10/01/2006.

STUTZMAN, F. An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities. **Proceedings of the 2006 iDMAa and IMS Code Conference**, Oxford, 2006.

WASSERMAN, S. e FAUST, K. **Social Network Analysis**. Methods and Applications. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WATTS, D. J. **Six Degrees**. The Science of a Connected Age. New York: W. W. Norton & Company, 2003.

\_\_\_\_\_. **Small Worlds**. The dynamics of Networks between Order and Randomness. New Jersey: Princetown University Press, 1999.

WELLMAN, B. et al. The Social Affordances of Internet for Networked Individualism. *In: Journal of computer Mediated Communication*, vol. 8 n. 3, 2003. Disponível em <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol8/issue3/wellman.html>>. Acesso em 23 mar 2004.

\_\_\_\_\_. An Electronic Group is Virtually a Social Network. *In: KIESLER, S. (org.) Culture of Internet*. (p. 179-205) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1997.

\_\_\_\_\_. Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking. Fevereiro de 2001. **International Journal of Urban and Regional Research**, n. 25, vol 2 (2001). Disponível em: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>>. Acesso em abril de 2004.

\_\_\_\_\_. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism? *In: TANABE, M.; BESSELAAR, P. van den; ISHIDA, T. Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches*. (p. 10-25), Berlin: Springer, 2002. Disponível em <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/littleboxes/littlebox.PDF>>. Acesso em maio de 2004.