

O CAPITAL SOCIAL EM REDE: COMO AS REDES SOCIAIS NA INTERNET ESTÃO GERANDO NOVAS FORMAS DE CAPITAL SOCIAL

SOCIAL CAPITAL IN NETWORK: HOW INTERNET SOCIAL NETWORKS ARE GENERATING NEW FORMS OF SOCIAL CAPITAL

Raquel Recuero¹

RESUMO

O presente artigo busca discutir as mudanças ocasionadas pelas novas formas de conexão nos sites de rede social (SRSs) das redes sociais online nos investimentos e recursos que chamamos “capital social”. A partir de uma apresentação teórica e baseados no duplo aspecto envolvido no conceito, onde ambos (atores e rede) beneficiam-se dos investimentos individuais, apresentaremos uma proposta de sistematização da compreensão do conceito de capital social nas redes sociais online.

PALAVRAS-CHAVES

Capital social. Sites de Rede Social. Redes Sociais na Internet.

ABSTRACT

The following article seeks to discuss the changes that are caused by the new forms of connection in social network sites (SNSs) and online social networks in the investments and resources we call “social capital”. Starting from a theoretical discussion and based on the double aspect of the concept, where both groups and actors benefit from individual investments in social networks and social network’s sites, we will present a systematization proposal of the theoretical understanding of the social capital concept in online social networks.

KEYWORDS

Social Capital. Social Network Sites. Online Social Networks.

1 Professora do Programa de Pós Graduação em Linguística Aplicada. Centro de Educação e Comunicação, Universidade Católica de Pelotas. raquelrecuero@gmail.com Pelotas, BRASIL.

INTRODUÇÃO

O fenômeno da mediação das relações sociais pelo computador trouxe impactos profundos para os atores sociais. Novas formas de estar junto, ocasionadas pela facilidade encontrar indivíduos com interesses semelhantes, formando comunidades virtuais (Rheingold, 1995) foi uma delas. As alterações geradas pela “publicização” de elementos da vida social privada (Bruno, 2005), outra. Mesmo as mudanças geradas nos recursos e valores sociais, denominados de capital social, proporcionadas por essa mediação já foram objeto de debate (Quan-Haase e Wellman, 2002). Entretanto, o surgimento dos chamados sites de rede social (SRSs), em 2003, com o Friendster, que ocasionou mudanças ainda mais profundas nos processos de interação e nas próprias redes sociais (Recuero, 2009).

Esses sites foram apontados como aqueles onde há determinadas características específicas, que mediam a transcrição dos grupos sociais. Eles não são as redes, mas estas são reconstruídas neles e alteradas pela mediação. Sites de rede social, assim, são aqueles que permitem (1) a construção de um perfil público ou semi-público em uma determinada ferramenta; (2) a articulação de uma lista de conexões (também pública ou semi pública) e (3) a possibilidade de ver e navegar nessas conexões disponibilizadas na mesma ferramenta (boyd & Ellison, 2007)¹. Esses elementos, assim, permitem a publicação das redes sociais e a sua visualização por parte de outros atores. É justamente porque passam a mediar as conexões, que os sites de rede social geram novas apropriações pelos atores. As redes sociais passaram, assim, a não ser apenas “representadas” mas, igualmente, mantidas e geradas pela e na ferramenta através de práticas de adição de atores e nas apropriações² construídas. Frago (2006), em um dos primeiros trabalhos focando essas questões, explica essas práticas de adição no Orkut, geradas na apropriação brasileira, afirmando que os usuários adicionavam-se uns aos outros buscando maximizar “o prestígio social”³ gerado pela percepção dos demais. Ou seja, a ferramenta passa a ser usada como uma forma de maximizar o acesso aos valores sociais, influenciando percepção e construção de capital social. Recuero (2006) enfatiza o caráter dinâmico desses recursos presentes nessas redes, na mesma ferramenta. Em perspectiva semelhante, Ellison, Steinfeld & Lampe (2007) apontam o Facebook como um espaço onde está sendo gerado um novo tipo de capital social (apontado pelos autores como aquele de “manutenção”), que possibilitaria uma facilitação da manutenção

dos laços sociais. Ainda se forma parecida, Recuero, Araújo & Zago (2011) desenvolvem a influência desses valores nas próprias práticas que emergem no Twitter.

Esses trabalhos indicam, mas não aprofundam o que parece ser o grande impacto dos SRSs nas redes sociais: uma mudança na forma de obter e dividir valores. Essas ferramentas passaram a criar novas formas de investir e captar capital social, principalmente através das conexões ditas “associativas” (Recuero & Zago, 2009), que não necessariamente estão construídas pela interação e conversação mediadas, características da mediação pelas tecnologias digitais. Neste trabalho, deste modo, buscamos discutir essa questão: Como as novas formas de conexão proporcionadas pelos sites de rede social, conjuntamente com a apropriação modificam as formas de investimento, acumulação e os benefícios associados ao capital social?

DA NATUREZA DO CAPITAL SOCIAL E OS LAÇOS SOCIAIS

Para poder discutir as mudanças no conceito de capital social com as apropriações dos atores nos sites de rede social, é preciso voltar-se para as discussões sobre a natureza deste no espaço offline. É preciso que se compreenda que a mediação pelo computador aqui tratada oferece novas formas de acumulação e acesso a recursos que normalmente não são tão acessíveis aos grupos e indivíduos no cotidiano. Estamos focando, assim, uma mudança no capital social que é causada pela transmutação das redes sociais na mediação do computador e, de forma específica, na mediação dos sites de rede social.

O conceito de capital social não tem aspectos homogêneos na literatura. A maioria dos autores concorda apenas que se trata de um valor relacionado às conexões sociais, ou seja, obtido através do pertencimento a um grupo social (Coleman, 1988; Bourdieu, 1983; Putnam, 2000; Lin, 2001). Assim, o capital social constitui-se em recursos que são mobilizados através das conexões sociais, única e exclusivamente. Para Coleman (1988) é, deste modo, um bem que está diretamente constituído na estrutura social, contido nas conexões que são construídas pelos atores e que, por sua vez, também estruturam os grupos sociais⁴. Já para Bourdieu (1983)⁵, entretanto, em uma definição mais instrumentalista, o capital social é a “soma de recursos” que está disponibilizada pela rede, relacionada às conexões que os atores possuem, mas não necessariamente recursos que estão contidos nelas, pois os benefícios são adquiridos ou recebidos pelos atores. Embora ambas as definições sejam um pouco diferentes, observa-se o caráter do capital social como aquele recurso cujo acesso é facilitado pelo pertencimento a uma rede

social. Como socialmente o pertencer a um grupo não é um fato dado, mas algo que requer investimento de recursos pessoais (tais como tempo, sentimentos e etc.), podemos dizer também que o capital social está também relacionado com o investimento de cada ator na rede social que está, por sua vez, relacionado as expectativas que o ator tem de retorno (Lin, 2001). Como recurso, o capital social é passível de acumulação e transformação em outras formas de capital, como o econômico (Bourdieu, 1983) e o humano (Coleman, 1988)⁶.

O capital social tem um duplo aspecto. Para compreendê-lo, é preciso analisar “como os indivíduos investem nas relações sociais” e como, em um segundo momento, “como capturam os benefícios nessas relações” (Lin, 2001, p. 21). Ou seja, de um lado está o recurso pessoal que é investido pelos atores na rede com o objetivo de obter benefícios. Do outro está o retorno do investimento, ou seja, o benefício que um determinado ator realmente consegue obter deste investimento. Pontes (1998), na mesma linha, explica que é preciso “distinguir os recursos em si da habilidade de obtê-los” (l.87). Embora ambos façam parte da dinâmica do capital social, apenas o retorno ou o recurso obtido através da rede constitui-se em capital social. A partir deste ponto de vista, por exemplo, os laços sociais não se constituem em capital social, mas em meios para que se obtenha capital social. O investimento na manutenção desses laços, portanto, também não é capital social. Mas os benefícios que alguém obtém através desses investimentos, como por exemplo, o acesso a determinadas informações que não estariam disponíveis de outro modo é capital social.

Para Burt (1992), o capital social é um valor obtido através da rede social e que depende de dois elementos principais: dos demais nós a que se está conectado na rede (*whom you reach*) e dos modos através dos quais se mobiliza e se alcança esses nós (*how you reach*). Assim, a qualidade do capital social está relacionada com a qualidade das conexões (que, por sua vez, depende do investimento) e com os demais atores e os recursos pessoais que possuem e que estão dispostos a investir na rede. O capital social, assim, não depende apenas do investimento de um único ator, mas dos investimentos de recursos de toda a rede. É por isso que o capital social tem uma forma dupla de usufruto: ao mesmo tempo que gera benefícios que podem ser apropriados pelos atores individualmente, gera também benefícios para a rede como um todo. Neste sentido, o capital social é bem ao mesmo tempo público e privado (Lin, 2001 e Burt, 1992)⁷. Em algumas formas, ele constrói benefícios que são públicos e que apenas podem ser usufruídos

pelo grupo como um todo. Em outras, benefícios que são obtidos e acumulados de forma privada, pelos atores individualmente, embora esses benefícios sejam construídos e negociados com a rede como um todo.

Os recursos sociais aos quais os atores têm acesso estão portanto relacionados com a rede social a qual estão conectados. Para compreender o conceito de capital social, portanto, é preciso também entender como funcionam as conexões sociais.

As conexões sociais são normalmente referidas pela literatura como laços sociais. O conceito de “laço social” é amplo. Wasserman e Faust (1994, p. 18) estabelecem que essa definição passa unicamente pelo estabelecimento de qualquer conexão entre um par de atores para aqueles que estudam as redes sociais, seja qual for a conexão que é estabelecida⁸. O laço social, deste modo, é a conexão que é estabelecida entre dois atores e que dá acesso a recursos sociais para ambos e que forma a estrutura social. A definição de laço social, portanto, está também ligada àquela de capital social⁹.

Granovetter (1973) explica que os laços são constituídos de interações que vão acumulando intimidade e confiança, formando laços mais fracos (quando há menos desses recursos envolvidos) ou mais fortes (quando há mais desses recursos envolvidos)¹⁰. Os laços fortes tendem a conectar atores mais semelhantes entre si (ou seja, com características mais homogêneas, com backgrounds, cultura e educação semelhantes), em uma característica denominada homofilia¹¹. Burt (1992) explica que as conexões fortes dependem de conhecimento e similaridades como educação, salário, ocupação e idade¹². Ao mesmo tempo, também por causa disso, os laços fortes também tendem a conectar atores entre si, formando núcleos de nós próximos, interconectados (os chamados clusters nas redes sociais). Já os laços fracos também são chamados de “pontes”, porque justamente, conectam os grupos diferentes. São os laços fracos que aproximam, assim, os grupos entre si.

Burt (1992) traz o conceito de “buracos estruturais” (*structural holes*). Para ele, um buraco estrutural consiste numa relação não redundante entre dois contatos. Assim, A tem um laço fraco com B, que por sua vez, tem um laço fraco com C, construindo uma ponte indireta entre A e C. Relações fortes, por outro lado, são constituídas pela ausência de buracos estruturais, uma vez que contatos constantes e proximidade emocional, os dois elementos apontados por Burt (1992) como fundamentais para essas relações persistem. Assim, enquanto redes mais densas têm mais capital social relacionado à

confiança (Coleman, 1988), por exemplo, são os laços fracos (ou pontes), que conectam os diferentes grupos, que são mais importantes para a circulação de informações novas nos grupos, por exemplo (Granovetter, 1973)¹³. Tradicionalmente, vários autores na literatura passaram a considerar o capital social como mais fortemente associado aos laços fortes e aos grupos densamente conectados. Por outro lado, os trabalhos de Granovetter e Burt jogam luz, justamente, ao fato de que as conexões fracas são extremamente relevantes para alguns tipos de capital social. Embora conexões mais fortes sejam mais capazes de gerar intimidade, engajamento e mesmo valores reconhecidos pelos grupos (conforme argumenta Putnam, 2000), é através das conexões fracas que outros valores, como o acesso a informações novas pode ser atingido.

Coleman (1988) relaciona o capital à ação social, ou seja, são os recursos que motivam e alinham as ações dos sujeitos dentro dos grupos sociais. Estes, assim, são caracterizados por suas funções para os atores, porque facilitam determinadas ações dentro dos próprios grupos sociais. Assim, a percepção do capital social também atuaria como motivadora para as ações dos indivíduos. Neste sentido, as ações sociais são motivadas pelo capital social, portanto, a entrada em sites de rede social e a atuação nessas ferramentas também poderia ser relacionada com a percepção de capital social. Mas que tipos de capital social? E através de quais investimentos? Passemos a discutir essa questão.

DA NATUREZA DO CAPITAL SOCIAL E DOS LAÇOS EM SITES DE REDE SOCIAL

Para discutir como o capital social está diferenciado nas redes sociais na Internet precisamos, inicialmente, discutir como se dão as novas formas de construção e investimento nos laços sociais mantidos através da Internet. Diversos autores tentaram discutir essa perspectiva de mudança. Benkler (2006), por exemplo, argumenta que é possível ver efeitos profundos da Internet e das tecnologias de comunicação e informação nas relações sociais. De um lado, o uso da Internet na manutenção de conexões que antes não podiam ser mantidas direito; de outro, a criação de grupos mais “frouxos”, caracterizados por conexões mais fluídas. Matos (2009) explica que não seria possível afirmar sobre os efeitos da Internet sobre o capital social, mas que esta não seria um repositório pronto de recursos.

Com efeito, o que a Internet parece proporcionar são ferramentas, como os sites de rede social, cujas diferentes formas de apropriação pelos grupos sociais podem gerar, conforme discutiremos, valores diferentes para as redes e os atores que ali estão. A apropriação, principalmente em seu caráter simbólico (Lemos, 2002), vai construir, assim, novos valores que são legitimados e reapropriados pelos grupos nas próprias práticas de interação nas ferramentas. Esses valores, entretanto, não são estáticos, mas dinâmicos, em constante mudança, não apenas pelo ambiente cultural onde cada tecnologia é apropriada, mas igualmente pelos usos que cada grupo ali constrói.

Para discutir como funciona o capital social nas redes sociais na Internet, é preciso focar os investimentos e os benefícios que são adquiridos por cada ator, além da natureza da mudança: as conexões.

AS CONEXÕES NAS REDES SOCIAIS ONLINE

Os sites de rede social, conforme explicamos, influenciam as redes sociais na medida em que, ao representarem-nas, também interferem nelas. Esses sites, assim, permitem que as conexões sociais sejam geradas a partir de associações (uma vez que basta solicitar uma conexão ou clicar em um botão para estar conectado a outro ator) e mantêm de forma artificial essas conexões. Enquanto no mundo offline, manter uma conexão social, seja forte ou fraca, necessita investimento de atenção, sentimento e etc. tanto para a sua criação quanto para a sua manutenção, nos sites de rede social as conexões são inicialmente mantidas pela própria ferramenta (Elison, Steinfeld & Lampe, 2007). Mesmo que nenhuma interação ocorra, a menos que um dos atores delete a conexão, esta, uma vez estabelecida, permanece.

A natureza das conexões estabelecidas online, entretanto, é uma discussão bastante ampla. De um lado, parte dos trabalhos foca a questão de que a Internet proporcionaria laços mais fracos, mais frouxos e teria um efeito negativo nos laços sociais fortes (Kraut et al., 1998), dificultando a interação entre pessoas próximas e privilegiando a interação com atores conectados (com um foco no individualismo). De outro lado, há um forte foco na mediação da Internet como facilitadora e amplificadora dos laços fortes, gerando novos tipos de comunidades virtuais (Rheingold, 1995), noção com foco no comunitarismo.

Esses focos anteriores, entretanto, estão direcionados para práticas de interação, ou seja, conversações que tomam parte no espaço da mediação do computador e da Internet. Sites de rede social, entretanto, apresentam fatores complexificadores para esses laços sociais. Primeiro, porque permitem que esses laços sejam publicados e mantidos pelas ferramentas (boyd & Ellison, 2007). Ou seja, os sites alteram a dinâmica dessas estruturas do universo offline, que passam a não mais depender diretamente das conversações entre os atores e não enfraquecem com a falta delas. Segundo, porque os sites de rede social permitem também a acumulação de laços sociais, justamente porque esses independem de um investimento direto. Além disso, as conexões que podem ser estabelecidas nos sites de rede social também têm dimensões diversas. Elas podem, por exemplo, ser estabelecidas de forma emergente ou associativa (Recuero & Zago, 2009). A conexão associativa é aquela que está sendo mantida pela ferramenta, com efeitos para ambos os atores. A conexão emergente é aquela que é baseada na conversação e na interação verbal, que é mantida, principalmente, pelos atores. Ambas as formas constituem conexões com efeitos sociais. Em ferramentas como o Facebook, onde as conexões são necessariamente recíprocas, é mais fácil percebê-las como laços sociais. Entretanto, há ferramentas como o Twitter que permitem a emergência de estruturas sociais mediadas baseadas ainda em outras formas de conexão: Por exemplo, essas podem ser unilaterais (seguir alguém) ou bilaterais (seguir e ser seguido). Ambas as conexões têm efeitos diretos na construção de valor. Mesmo uma conexão associativa, que apenas foca um indivíduo A seguindo um indivíduo B tem efeitos para ambos.

É o que Huberman, Romero & Wu (2009) apontam ao discutir as diferentes redes que podiam ser percebidas no Twitter, uma de nós conectados por associação e a outra daqueles conectados pela efetiva conversação. Esses laços, entretanto, proporcionam acesso a valores que são construídos nessas redes sociais, como a informação que circula. Assim, podemos dizer que os sites de rede social proporcionam uma forma diferente de conexão, um laço social associativo de caráter diferenciado, pois dá acesso às interações e aos valores que são construídos na rede sem que o ator necessite fazer um alto investimento no grupo¹⁴.

As conexões associativas proporcionadas pelos sites de rede social têm natureza semelhante àquela dos laços fracos. São conexões geradas a partir de uma interação social mínima, mediada pelo computador, na medida em que ambos os atores são envolvidos no processo e que gera efeitos para ambos. Assim, por exemplo, quando o Ator A decide

seguir Ator B no Twitter, Ator B é notificado desta conexão e tem a opção de reciprocá-la ou não. De qualquer forma, essa conexão gera efeitos para ambos, uma vez que Ator A passa a ter acesso às informações publicadas pelo Ator B e Ator B passa a desfrutar da atenção de A.

Sites de Rede Social, assim, como proporcionam formas diferentes de conexão, seriam, também, capazes de gerar formas diferentes de acesso a valores diferenciados de capital social (Ellison, Steinfeld & Lampe, 2007; Recuero, Araújo & Zago, 2011). Esses valores de capital social seriam relevantes na medida em que não estão acessíveis aos atores de outro modo. Esses sites, inclusive, construiriam, pela apropriação que geram nas redes, novos recursos a ser disputados.

Os TIPOS DE INVESTIMENTO NAS REDES SOCIAIS ONLINE

O tipo de investimento que será feito pelos atores nas redes sociais que mantêm em cada ferramenta está diretamente relacionado com a apropriação e o tipo de benefício que eles esperam obter. Primeiramente está relacionado com a apropriação porque é nela que são negociados os valores que são constituídos em cada ferramenta. Assim, cada uma dessas ferramentas vai apresentar, por assim dizer, oportunidades de investimento em valores diferentes para cada grupo de atores. Uma determinada ferramenta, como o Twitter, por exemplo, pode ter uma percepção de valor informativo/noticioso e de filtragem de relevância dessas informações (conforme indica o trabalho de Zago, 2012) e por isso, os atores investem nas redes sociais que mantêm ali. Outra ferramenta, como o Facebook pode ter outra construção de valor, como por exemplo, a construção e a legitimação de uma identidade (Recuero, 2012). Essas percepções assim vão guiar as formas de investimento que são feitas em cada ferramenta, bem como, com isso, vão influenciar a estruturação das redes sociais expressas em cada uma.

Os tipos de investimento também dependem dos tipos de conexões que cada ferramenta permite que sejam construídos. Assim, redes que proporcionam laços bilaterais vão construir valores diferentes daquelas que proporcionam laços unilaterais. Mas quais são os investimentos que são feitos em um site de rede social?

a) Criação e Manutenção das Conexões Sociais - O primeiro e talvez mais óbvio tipo de investimento que os sites de rede social social proporcionam está na criação e manutenção de conexões sociais e no acesso a essas conexões. Fazer uma conexão é uma forma

de investimento, na medida em que essa conexão poderá prover determinadas formas de valor para cada ator. Sites de Rede Social reduzem a necessidade de investimento nas conexões e por isso, facilitam o acesso (ou a percepção de acesso) a determinados benefícios. Conexões associativas (investimentos), assim, podem trazer informações relevantes (benefícios), enquanto conexões emergentes (investimento) podem trazer suporte social (benefício).

b) Construção de Perfil - A construção do perfil, outra prática comum dos sites de rede social também se constitui em uma forma de investimento. O perfil não apenas divulga informações, mas as relaciona a uma identidade comum. Assim, ele dá outra dimensão ao investimento, podendo servir como um espaço pessoal (por onde se pode receber benefícios variados) e de criação e manutenção de uma determinada identidade. Ao “propor” essa construção de informações que diz “quem se é”, não apenas há a marcação da presença nessas ferramentas, mas igualmente a disponibilidade para a interação naquele espaço.

c) Compartilhamento de recursos - Por fim, o capital social prevê o acesso a recursos compartilhados por outros. Esses recursos, que são disponibilizados por alguém como investimento, geram benefícios a outros. Para que o capital social seja construído, assim, é preciso que alguns invistam seus recursos pessoais, imaginando o benefício que poderão ter, também acesso, em retorno (dentro das expectativas de reciprocidade defendidas por Lin (2001), Pontes (1998) e Coleman (1988)). Deste modo, por exemplo, divulgar uma informação que um determinado ator considere relevante é também uma forma de investimento. Essa publicação, nos sites de rede social, não é feita sem a expectativa de algum retorno em termos de valores (por exemplo, para receber alguma forma de legitimação por parte da rede, que constrói reputação e autoridade, conforme Recuero, 2009). Sites de Rede Social também proporcionaram aos indivíduos a possibilidade de fazer esse investimento de forma mais direta (publicar uma informação na timeline do Facebook) e perceber o retorno do investimento (por exemplo, “curtidas” em uma postagem) de forma mais clara. Importante notar que nos referimos, aqui, a quaisquer tipos de informações (por exemplo, informações pessoais) e não apenas notícias.

Os Recursos nas Redes Sociais Online

Os recursos que estão disponíveis nas redes sociais online também são dependentes das diferentes apropriações que os grupos fazem dos sites de rede social. Assim, são

recursos dinâmicos, que são construídos, negociados e transformados pela própria ação dos grupos. Esses recursos têm duplo aspecto. De um lado, representam um benefício para alguém, um recurso que é disponibilizado e apropriado por um indivíduo (nos termos explicitados por Bourdieu, 1983). De outro, representam também um investimento de um grupo, que tem expectativas de retorno (conforme explicita Coleman, 1988). Assim, determinados investimentos do grupo geram benefícios correlatos para os atores. Como dissemos, entretanto, os benefícios gerados pelo capital social têm também duplo aspecto. Não apenas trazem vantagens para os indivíduos, mas igualmente, para os grupos.

No espaço dos sites de rede social, temos diferentes tipos de conexões (emergentes e associativas), conforme argumentamos, e esses diferentes tipos de conexão requerem investimentos diferentes. As conexões emergentes podem evoluir de laços fracos a fortes, enquanto aquelas que são apenas associativas não evoluem no tempo, são estáticas. Podem apenas existir ou não. Assim, uma conexão associativa, por exemplo, requer um investimento menor dos atores. Entretanto, é importante salientar que como formas de capital, os benefícios adquiridos com menor investimento (conexão associativa) ou com maior (conexão emergente forte) são acumulados (conforme argumenta Coleman, 1988). Assim, embora os investimentos em conexões associativas e emergentes fracas sejam requisitos para que se consigam conexões emergentes fortes, os benefícios da última não são acessíveis a quem apenas investe nas primeiras. Por conta disso, também geram benefícios diferentes. Mas que tipos de benefícios são esses? São diferenciados para a rede como um todo e para os indivíduos?

Benefícios da Criação e Manutenção de Perfil

Para melhor discutir os benefícios a que os atores têm acesso, iniciaremos com aqueles que são característicos das conexões associativas. O primeiro investimento desse tipo de conexão é aquele da construção de um perfil no site de rede social escolhido. Esse investimento proporciona, inicialmente, a criação de uma **presença** (indicando que o ator está apto a interagir naquele espaço). Essa presença, assim, é um primeiro benefício, que pode ser estendido pela criação e manutenção de conexões associativas e/ou emergentes. Com as conexões emergentes e associativas, acontece também a **legitimação** desse investimento, na medida em que os outros atores reconhecem a presença de um indivíduo. Assim, quando alguém envia uma mensagem a um perfil no Facebook, por exemplo, existe a legitimação daquele ator com um nó na rede. Essa legitimação

também pode acontecer de forma a aceitar/perceber a face proposta pelo ator, numa legitimação da identidade que é construída na ferramenta.

Benefícios da Criação e Manutenção de Conexões Associativas

A conexão associativa é a ação mais básica em um site de rede social. Ao estabelecer um perfil, estamos aptos a conectarmo-nos a outros atores. Ao adicioná-los a minha rede, imediatamente passo a ter acesso às informações publicadas por esses atores. É o que vemos, por exemplo, no Twitter. Um dos principais valores do Twitter é a informação que circula na ferramenta, conforme apontado por Recuero e Zago (2009). Outros estudos ainda têm demonstrado que o caráter informacional é efetivamente valorizado pelos usuários (André, Bernstein & Luther, 2012) e talvez a efetiva mudança da própria pergunta-base da ferramenta (de “What you are doing?” para “What is happening?”- O que está acontecendo?) seja um importante indicativo disso. Entretanto, mais do que simplesmente trazer informação, o que faz do Twitter uma ferramenta valorizada é a ação da rede sobre ela. Ou seja, ao construir práticas de retweets, menções e ao decidir quem vai ser seguido são práticas que vão influenciando a topologia da rede. E essa topologia influencia ainda a criação de outros valores, tais como a **visibilidade** e a **popularidade** (conforme aponta o estudo de Cha et al., 2010). Assim, quanto mais conexões associativas alguém tem, maior a sua visibilidade, que dá acesso a valores como popularidade, no sentido de ser conhecido pelos demais atores. Assim, a partir das ações individuais para construir melhor acesso à informação, os atores decidem a quem desejam conectar-se ou não. Ao efetivar essa decisão, cada um contribui diretamente para a popularidade de determinados nós e a não popularidade de outros, tornando certos atores mais visíveis e outros menos. As conexões associativas também podem gerar **legitimação**, na medida em que há o reconhecimento do outro como presente na rede.

Por outro lado, essas ações também geram benefícios para a rede como um todo. Primeiramente, conforme argumentam Granovetter (1973) e Burt (1992), essas conexões são capazes de fazer **circular informações** novas pois conectam grupos diferentes. Esse é um valor para todo o grupo. Além disso, as conexões que são geradas por todo o grupo atuam também, conforme explicitados, de forma a visibilidade para determinados indivíduos e, ao mesmo tempo, geram um **filtro** para o grupo como um todo, mostrando atores considerados relevantes. O Twitter, por exemplo, indica pessoas a serem seguidas com base nas pessoas que o ator já segue e naqueles seguidos pela rede, filtrando possíveis interesses em cima das ações do grupo. Romero et al. (2010) demonstram

que apenas alguns atores realmente engajam-se em coletar e divulgar informações no Twitter, enquanto uma maioria é passiva porque, justamente, requer um grande esforço na coleta e divulgação de conteúdo. Assim, podemos dizer que há atores que investem nesses sites e em sua apropriação visando obter um determinado retorno, tal como os valores discutidos acima, enquanto há atores que apenas desejam investir em seguir os demais para obter as informações (Cha et al., 2010).

Benefícios da Criação e Manutenção das Conexões Emergentes

A criação e a manutenção de conexões emergentes, por outro lado, é capaz de gerar ainda outras formas de valores para os indivíduos, como o suporte social. O suporte social compreende todos o apoio, a construção de sentimento e intimidade característica das conexões sociais mais fortes, que é bastante comum. Assim, a solicitação de apoio e o posterior recebimento deste nas redes sociais online é característico desse tipo de conexão (o trabalho de Recuero, 2008 sobre fotologs aponta alguns elementos a respeito). Além disso, o suporte também gera legitimação da presença e a própria legitimação da “face” ou da identidade proposta pelos atores (Recuero, 2012).

Além disso, as conexões emergentes são capazes ainda de gerar também visibilidade para os atores, especialmente em ferramentas como o Facebook. Ali, o comentário de alguém é capaz de tornar uma determinada postagem visível para outros atores. Finalmente, as conexões emergentes também são capazes de gerar legitimação da presença e da identidade proposta pelos atores,

A construção dessas interações também gera clusterização entre os atores. Essa aproximação gera benefícios para o grupo como um todo, uma vez que também gera caminhos mais amplos para a chegada de outros valores associados aos laços fortes (como autores como Putnam, 2000, colocam, laços fortes geram valores específicos como o engajamento entre os grupos). A clusterização é um benefício relevante para a rede, uma vez que proporciona acesso a melhores recursos para o grupo e a possibilidade de circulação desses recursos. Essa clusterização também gera maior proximidade, permitindo que os atores tornem-se mais investidores no próprio grupo e aumentem ainda mais a clusterização. Redes mais cluterizadas, portanto, são mais capazes de fazer circular outros benefícios para os atores (Burt, 1992).

Benefícios do Compartilhamento de Recursos Pessoais

Finalmente, há ainda os benefícios associados diretamente ao compartilhamento de recursos. Assim, um ator que investe seu tempo buscando informações que considere relevantes para publicar no Twitter, por exemplo, investe em um determinado tipo de capital social que requer ação. É o caso, por exemplo, da autoridade. Enquanto valor, a autoridade é concedida pela rede devido às ações e reconhecimentos de um determinado ator (conforme demonstra o trabalho de Consoni e Oikawa, 2012). Além disso, a reputação, outro valor individual, é construída pela percepção dos demais das ações de cada ator em cada ferramenta, através dos investimentos compartilhados e pela legitimação da “face” ou identidade cujos valores se deseja ter associados. Ambos esses benefícios também estão associados a visibilidade, que é concedida pelos demais para as publicações dos atores, obtida principalmente através das conexões associativas. Quanto mais conexões, mais visível e maior a quantidade de recursos disponibilizados aos atores.

Em termos de compartilhamento de recursos, também há benefícios coletivos. O primeiro deles é a informação que enriquece a rede através das conexões associativas. Além disso, a criação de confiança no ambiente do grupo, que facilita as interações individuais, também é um valor associado à rede. A ação dos indivíduos em busca de visibilidade ou dando visibilidade para determinados atores, por sua vez, gera uma filtragem de informações, da qual a rede, como um todo se beneficia.

Além disso, quanto mais confiança gerada pela conexão emergente, maior a tranquilidade para interagir e investir nas conexões existentes. A confiança é um valor essencial porque permite também a aproximação dos indivíduos para a construção de grupos, ou clusters. Quanto mais confiança, maior a cooperação entre os atores no compartilhamento de recursos quando os indivíduos solicitam. Consequentemente, maior a confiança e a proximidade na rede, aumentando a clusterização e a própria manutenção de recursos dentro da mesma. A tabela a seguir (Tabela 1) resume a proposta.

Tabela 1: Capital Social nos Sites de Rede Social

TIPO DE CONEXÃO	CARÁTER	INVESTIMENTO	BENEFÍCIO REDE	BENEFÍCIO INDIVÍDUO
EMERGENTE	FORTE	Criação e Manutenção de Perfil	Confiança	Presença Legitimação
		Criação e Manutenção de Conexões Sociais	Proximidade Clusterização	Suporte social Legitimação
		Compartilhamento de recursos	Confiança Cooperação	Suporte Social
	FRACA	Criação e Manutenção de Perfil	Confiança	Legitimação
		Criação e Manutenção de Conexões Sociais	Informação	Visibilidade
		Compartilhamento de recursos	Confiança	Informação Autoridade Reputação
ASSOCIATIVA	FRACA	Criação e Manutenção de Perfil	Informação	Presença
		Criação e Manutenção de Conexões Sociais	Informação Filtragem	Visibilidade Popularidade
		Compartilhamento de recursos	Informação Filtragem	Informação Visibilidade Popularidade

DISCUSSÃO

Apresentamos e discutimos as formas de investimento e os benefícios do capital social para as redes sociais na Internet a partir do foco nas novas formas de criação e manutenção das conexões sociais. O que discutimos, portanto, é que por proporcionar essas diferenciações nas representações das redes, os sites de rede social interferem nelas, gerando percepções diferentes de valores para os atores que vão motivar as ações de apropriação das próprias ferramentas, no sentido delineado por Coleman (1988) de ação social. Essas motivações alteram as representações das redes no espaço online, que se tornam diferentes das redes offline. Há, assim, novas formas de construir rede social (Recuero & Zago, 2009) e novas redes que impactam o cotidiano dos atores. Há, ainda, novos benefícios que são disputados e construídos pelos atores, gerando novas formas de capital social. É importante salientar que os benefícios são cumulativos, mas dependentes dos tipos de investimento que o ator faz na rede social em cada ferra-

menta. Assim, investimentos no Facebook podem ter benefícios diversos daqueles no Twitter ou no Orkut.

Os benefícios obtidos aqui são apresentados de forma geral, mas apropriações específicas também podem trazer outros tipos de benefícios mais específicos. Por exemplo, em trabalho recente (Recuero, Amaral & Monteiro, 2012) focamos os benefícios específicos para grupos de fãs no Twitter. No caso, os investimentos dos fãs em criar e manter Trending Topics reflete no grupo como um todo como forma de empoderamento (confiança e cooperação), gerado principalmente através da interação (conexão emergente) gerando também visibilidade. A proposta que apresentamos aqui, portanto, não tem a intenção de ser exaustiva, mas de focar o capital social no espaço dos sites de rede social a partir de seu duplo aspecto (Lin, 2001), onde há benefícios gerados para os indivíduos e para o grupo, ao mesmo tempo. Os investimentos realizados pelos atores, que ainda são limitados pelas ferramentas, são capazes, entretanto, de delimitar benefícios que vão além da mera função (como defende Coleman, 1988), mas que são efetivamente recursos mobilizados e acumuláveis (no sentido defendido por Bourdieu, 1983). Os recursos acumulados pelo grupo são usufruídos por todos e não se tornam escassos pois são benefícios coletivos. Entretanto, aqueles recursos acumulados pelos indivíduos são escassos e, quando acumulados por um, tornam-se menos disponíveis para os demais (Bourdieu, 1983; Burt, 1992). Esses recursos não são permanentes e passíveis de acumulação sem detrimento. Há sim escassez. A acumulação deles por parte de um conector, por exemplo, reduz a sua disponibilidade para ser acumulado por outros. Assim, por exemplo, quando um determinado ator acumula conexões associativas e torna-se mais visível no Twitter, ele reduz a possibilidade de outros de serem tão visíveis quanto ele, pois o recurso (visibilidade) torna-se mais escasso. Não é possível que todos os atores tenham a mesma visibilidade, pois a atenção de todos está concentrada em alguns e trata-se de um recurso finito. Do mesmo modo, popularidade e mesmo informação também. O investimento em disponibilizar informação por todos os atores, reduz a visibilidade de cada um e de cada informação¹⁵. Quanto mais coisas publicadas, menores as chances de que as informações relevantes cheguem aos atores que se interessam por elas, pois mais competição pelo recurso (capital social) existe.

Há, assim, também uma competição dentro da própria rede pelo acesso e acumulação dos recursos individualmente, mas que beneficia a rede como um todo. Assim, ao acumular visibilidade com maior número de laços associativos no Twitter, um determinado

ator possibilita, por exemplo, uma maior filtragem das informações na rede. Ao receber mais comentários de suporte social no Fotolog (Recuero, 2008), outro ator aumenta a confiança do próprio grupo no investimento feito (ainda que nem todos consigam usufruir/acumular na mesma medida esses benefícios). É este, portanto, o duplo aspecto do capital social nessas ferramentas: Ao possibilitar que os atores invistam nos sites de rede social de forma diferenciada, buscando acumular recursos que de outra forma não estariam acessíveis, os SRSs também constroem benefícios para os grupos e as redes. Quanto maior o investimento dos atores, mais fechado o grupo, maior o benefício deste como um todo. Entretanto, o usufruto e acúmulo individual dos benefícios não acontece na mesma medida para todos, gerando também competição entre os indivíduos.

CONCLUSÕES

Este texto, assim, buscou elencar elementos e discutir a natureza do capital social nas redes sociais na Internet, partindo do princípio que estes recursos sofrem modificações porque a própria natureza das conexões nessas ferramentas é diferenciada. A partir desta discussão, oferecemos uma proposta de observação do capital social levando em conta os investimentos e benefícios obtidos pelos atores e pelos grupos. Essa proposta, embora bastante ampla, não descarta, conforme dissemos, que outros benefícios sejam criados, uma vez que a natureza da apropriação simbólica que os atores constroem nessas ferramentas é, por si mesma, dinâmica e mutante. Entretanto, conforme procuramos demonstrar, há indícios de que parte da motivação para a ação nos sites de rede social possa ser baseada na percepção dos valores mais diferenciados que podem ser obtidos de forma mais simples e com menor investimento nessas redes. Nossa sistematização procura apontar esses valores e seu duplo aspecto, de um lado, beneficiando o grupo e de outro, o indivíduo. Esse duplo aspecto traz em si uma competição implícita pelos recursos, que acaba gerando benefícios para o grupo. Assim, tanto laços associativos quanto emergentes são capazes de gerar benefícios, a mudança está na qualidade do investimento. Quanto mais se investe, maior o engajamento, a clusterização e os benefícios coletivos. Entretanto, mesmo pequenos investimentos individualistas são capazes de gerar benefícios para o grupo.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, P.; BERNSTEIN, M. e LUTHER, K. Who Gives A Tweet? Evaluating Microblog Content Value. In CSCW'12, February 11-15, 2012, Seattle, Washington.

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.

Benkler, Y. *The Wealth of Networks*. New Haven: Yale University Press, 2006.

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.

BOYD, d. m., & ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em junho de 2012.

BURT, R. The Social Structure of Competition. In: Structural Holes. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 3, n. 2, p. 53-70, 2005. Disponível em: http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/pdfjan2006/contemporanea_n3v2_bruno.pdf Acesso em junho de 2012.

CONSONI, G. e OIKAWA, E. Representação e construção de valores sociais no Twitter. In: Revista Contemporânea, n. 24, 2012 (p.64-85). Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/115/119>>. Acesso em agosto de 2012.

Cha, M.; Haddadi, H.; Benevuto, F.; Gummadi, K. 2010. Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy. In: ICWSM.

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

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>> Acesso em junho de 2012.

GAUNTLETT, D. Making is Connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. Londres: Polity, 2011.

GOFFMAN, Erwin. A Representação do Eu na Vida Cotidiana. Petrópolis: Ed. Vozes, 1975.

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

FRAGOSO, Suely, WTF a Crazy Brazilian Invasion. In: ESS, Charles ; SUDWEEKS, Fay ; HRACHOVEC, Herbert (orgs) ; CATaC 2006 - Fifth International Conference on Cultural Attitudes Towards Technology and Communication, 2006, Tartu. Estonia. School of Information Technology - Murdoch University, 2006. v. 1. p. 255-274.

HUBERMAN, B; ROMERO, D. e WU F. (2009) Social Networks that matter: Twitter under the microscope. First Monday, Volume 14, Number 1 - 5 January 2009. Disponível em: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2317/2063>>

Kraut, R. Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S, Mukophadhyay, T & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*. 53 (9), 10171-031. Disponível em: <<http://kraut.hciresearch.org/sites/kraut.hciresearch.org/files/articles/kraut98-InternetParadox.pdf>> Acesso em junho de 2012.

LEMOS, A. Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2002.

LIN, N. (2001). Social Capital. A Theory of Social Structure and Action. Cambridge: Cambridge University Press.

MATOS, H. Capital Social e Comunicação. Interfaces e Articulações. São Paulo: Summus, 2009

PONTES, A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. In: Annual Review of Sociology, 1998 (kindle edition).

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.

Romero, D.; Galuba, W.; Asur, S.; Huberman, B. Influence and Passivity in Social Media. Social Science Research Network Working Paper Series, 2010.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. 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.

_____. Curtir, Comentar, Compartilhar: Manutenção da Face, Capital Social e Redes Sociais no Facebook. Artigo apresentado no VI Simpósio Internacional da ABCiber. São Leopoldo: Feevale, 2012.

_____. [Appropriations of Fotolog as Social Network Site: a Brazilian Case Study](#). In: Internet Research Conference 9.0, 2008, Copenhagen. Proceedings of AIR 9.0. Disponível em < <http://pontomidia.com.br/raquel/aoir2008recuero.pdf>>. Acesso em junho de 2012.

RECUERO, R. e ZAGO, G. Em Busca das Redes que Importam. *Líbero*, Vol. 12, No 24 2009. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/6787/6129>>. Acesso em junho de 2012.

RECUERO, R. ARAÚJO, R e ZAGO, G. How does Social Capital affect Retweets? Proceedings of ICWSM 2011, Barcelona, Spain, 2011.

RECUERO, R., AMARAL, A. e MONTEIRO, C. Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. Artigo aceito para apresentação no 13o Congresso da Associação de Pesquisadores de Internet (AOIR), o Internet Research 13.0.

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

ROGERS, E. *The Diffusion of Innovations*. 5th edition. New York: Free Press, 2003.

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

WU, F.; HUBERMAN, B. Finding communities in linear time: a physics approach. *Eur. Phys. J. B*, n. 38, p. 331-338, 2004.

ZAGO, Gabriela. [Da Circulação à Recirculação Jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter](#) - trabalho apresentado XXI Encontro Anual da Compós - junho de 2012, Juiz de Fora, MG, 2012. Disponível em: <https://dl.dropbox.com/u/2757182/artigos/zagocompos2012.pdf> Acesso em junho de 2012.

NOTAS

- 1 No texto das autoras: “We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.”
- 2 Apropriação no sentido dado por Lemos (2002) de “apropriação simbólica”, referente aos novos sentidos e culturas construídos no uso das tecnologias digitais.
- 3 Do trabalho da autora: “to be able to obtain - at maximum levels - the social prestige implied by characterizing oneself amongst the most important connectors in Orkut’s network” (p.10).
- 4 É importante salientar que Coleman (1988) trata o capital social como um recurso que está acessível aos indivíduos, mas que não é de posse destes, ao contrário de Bourdieu (1983), que vê o capital social como um benefício que pode ser adquirido e transformado pelos atores.
- 5 O conceito de Bourdieu é bastante criticado por diversos autores como Gauntlett (2011) e Pontes (1998) pelo foco econômico e de manutenção do status quo social que dá ao conceito.
- 6 O capital social é também um recurso intangível, ao contrário de outras formas de capital, mas pode ser concretizado na medida em que cada ator consegue mobilizar esses recursos de forma a obter benefícios.
- 7 Lin (2001) explica que essas duas perspectivas seriam conhecidas como de nível macro ou micro onde o capital social opera.
- 8 Exemplos como a avaliação do outro, a transferência de recursos, a associação ou filiação, a interação, e etc. são citados pelos autores como formas de estudar essas relações.
- 9 Boyd e Ellison (2007) defendem que a natureza das conexões nos sites de rede social é também variada.
- 10 A medida da força do laço social foi definida por Granovetter (1973, p. 1361): “the strength of a tie is a (probably linear) combination of the amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confiding), and the reciprocal services which characterize each tie”.
- 11 Rogers (2003) explicita que a homofilia é uma característica relacionada ao grau de similaridade entre dois atores.
- 12 Tradução da autora para: “strong relationships and mutual acquaintances tend to develop between people with similar attributes such as education, income, occupation and age”.
- 13 Para Putnam (2000), na mesma linha, enquanto os laços fortes provêm capital social de aprofundamento (*bonding*), os laços fracos provêm capital social de conexão (*bridging*).
- 14 Muitas vezes, são denominados na literatura como “lurkers” esses atores que não trazem investimento para o grupo, mas que usufruem do capital social gerado pelos demais usuários que fazem investimento.
- 15 Wu e Huberman (2007) discutem essa questão com maior profundidade.

Artigo recebido: 22 de agosto de 2012

Artigo aceito: 19 de setembro de 2012