

AMBIENTES SOCIAIS EM REDE

Inês Amaral (inesamaral@gmail.com)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) e Instituto Superior Miguel Torga

Helena Sousa (helenas@ics.uminho.pt)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Departamento de Ciências de Comunicação da Universidade do Minho

Resumo

O presente trabalho assume como contexto teórico a mudança de paradigma social e comunicacional imposta pela web e tem como objectivo principal aferir se com as redes sociais na Web se constrói uma realidade social própria e se as práticas desenvolvidas pelos actores no contexto da rede são acções sociais ou individuais. Numa primeira fase, discute-se o tema das redes sociais, mapeando conceitos como paradigmas comunicativos, contexto dos social media, reinvenção do conceito de comunidade e noção de rede social na Internet. Num segundo momento apresentamos um trabalho empírico de caracterização da sociabilidade de comunidades em sites de *social networking*, que tem como objecto a dimensão social de duas micro-redes e pretende contribuir para o debate das redes sociais em ambientes online.

Palavras-chave: Paradigmas comunicativos, redes sociais, interacção social

As redes sociais na Internet são um fenómeno que se traduz numa nova forma de cultura e que implica uma (re)configuração do espaço social. Considerando que a Internet veio introduzir a metamorfose do conceito de território, parece-nos evidente que as redes sociais operam a desterritorialização da sociedade. Assumindo a mudança de paradigma social e comunicacional imposta pela web como contexto teórico, defendemos ser da máxima importância compreender as redes sociais na Web enquanto fenómeno de sociabilidade e inteligência colectiva.

Mundo offline e mundo online

A distinção que operamos entre mundos online e offline remete para o facto de que «o processo contemporâneo de desmaterialização do espaço e de instantaneidade temporal está associado ao conceito de ciberespaço» (Amaral, 2008a).

Pierre Lévy (2001) aborda o fenómeno da virtualização à luz da relação entre a comunicação virtual e as características da sociedade contemporânea. A reflexão centra-se numa tripla abordagem (definida por Lévy como o triplo interesse do livro): filosófica (o conceito de virtual e o movimento da virtualização), antropológica (o processo de hominização que nasce com a virtualização) e sociopolítica (a mutação contemporânea que nos torna actores de uma realidade acelerada).

No que concerne ao processo de virtualização, a hipótese equacionada pelo autor é contrária às ideias de «desaparecimento universal» e «ameaça de um apocalipse cultural», vaticinadas por Jean Baudrillard e Paul Virilio respectivamente (Lévy, 2001, p. 11). É a defesa de que a virtualização não opera uma «desrealização geral» mas uma «procura da hominização» (*Id, Ibid*). Nesta perspectiva, «a proposta de Lévy centra-se na comunicação virtual enquanto elemento de um processo que abrange toda a vida social, sublinhando aspectos como a diferenciação entre o virtual e o real, a dimensão económica da comunicação, a desterritorialização e a problemática da temporalidade associada ao movimento de virtualização» (Amaral, 2008a).

A distinção entre os dois mundos (online e offline) centra-se então na questão da presença e no sentido temporal. O novo contexto espaço-temporal em que se verifica a “compressão” (ou supressão?) do tempo e do espaço remete para a não-presença física e uma relatividade tempo, mas o virtual não é sinónimo de ausência de existência. «De acordo com a tese de Lévy, o virtual não tem um território espaço-temporal, mas produz efeitos. Senão vejamos: onde se localiza uma conversa telefónica? Onde se situa uma transmissão televisiva? Podemos dizer exactamente onde estamos durante uma viagem aérea? Surge a premissa da desterritorialização, que remete para a inexistência ou relatividade do lugar. Neste sentido, a virtualização é uma espécie de “êxodo”» (*Id, Ibid*).

Pensar o virtual enquanto uma metáfora de presença, na sua condição espacio-temporal, remete para a ideia de desterritorialização. Verifica-se uma deslocação e uma desapropriação do tempo e do espaço tradicionais, sendo que a conexão e a sincronização substituem estas unidades. A propósito desta temática, Silva (1999) desenvolveu a ideia da Internet enquanto lugar antropológico: «este novo espaço com áreas de privacidade - um novo mundo virtual ou mundo mediatizado - é um suporte aos processos cognitivos, sociais e afectivos, os quais efectuam a transmutação da rede de tecnologia electrónica e telecomunicações em espaço social povoado por seres que (re)constroem as suas identidades e os seus laços sociais nesse novo contexto comunicacional. Geram uma teia de novas sociabilidades que suscitam novos valores. Estes novos valores, por sua vez, reforçam as novas sociabilidades. Esta dialéctica é geradora de novas práticas culturais».

Os lugares e não-lugares são uma nota dominante do espaço social, seja no contexto do mundo virtual ou do mundo físico (Augé, 1994 *apud* Silva, 1999). «Existe na Internet a dimensão de espaço antropológico construído pela transferência simbólica e relacional, através da virtualização, ou seja, os símbolos e os processos relacionais constituintes do espaço social são transferidos para o espaço de fluxos informacionais, a que se tem vindo a dar o nome de espaço virtual» (*Id, Ibid*). Nesta perspectiva, entendem-se os não-lugares na rede como espaços de passagem (um motor de busca, por exemplo) para lugares com potencial social orgânico, onde se verificam laços sociais. Ainda que distintas da estrutura tradicional, estabelecem-se relações sociais e laços, tal como se evidencia o capital social de grupos associados em interações mediadas por computador.

Efectivamente, a Internet criou uma ideia metamórfica da territorialidade. Neste contexto, o conceito de espaço é fruto da construção de sistemas de representação partilhados e simbólicos de dinâmicas sociais. São estes elementos que permitem criar identidades conjuntas e o sentido de grupo. Silva (1999) caracteriza a nova espacialidade como «inteiramente abstracta, que é reforçada pelas metáforas de navegação e de site (lugar). Gera-se uma proximidade que nada tem a ver com a proximidade geográfica, mas sim com a proximidade representacional que promove a ideia de comunidade». Daqui decorre que o ciberespaço é a desterritorialização da sociabilidade.

Sociabilidade na rede

Um dos pressupostos deste trabalho é o de que com a Internet surgem novas formas de sociabilidade, directamente associadas à (r)evolução técnica que permite a interacção social, mediada por computador, sem limitações geográficas. Importa neste ponto definir o conceito de sociabilidade, no contexto tradicional, para que seja possível transpô-lo para a dimensão virtual.

O conceito de sociabilidade em Baechler (1995, p. 57 *apud* Marcelo, 2001) surge como «a capacidade humana de estabelecer redes através das quais as unidades de actividades, individuais ou colectivas, fazem circular as informações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões, opiniões». Ferréol (2007, p. 97) sublinha que «quando se raciocina em termos de redes (...) o vocábulo mais adequado é o de sociabilidade». O mesmo autor considera que «o estudo dos fenómenos de mobilização inscreve-se nesse quadro e integra estruturas de controlo e estratégias de troca. As primeiras são de natureza normativa (interiorização), coercitiva (submissão), institucional (delegação de poder) ou “accional” (participação); as segundas respondem a diversas finalidades (inclusivas ou exclusivas)». Entende-se então por sociabilidade a capacidade para construir redes suportadas na relação social entre vários indivíduos.

Marcelo (2001), assumindo como suporte a teoria de Thompson (1995), elenca as formas tradicionais de sociabilidade e distingue a «interacção face a face» (em contexto de co-presença), «interacção mediada» (via dispositivos técnicos, como o telefone), «interacção *quasi* mediada» (o processo de relação social estabelecido através dos meios de comunicação de massas).

Goffman defendeu a ideia de que as formas de interacção social de co-presença só podem ser analisadas à luz da concepção de grupo e encontro. Como nota Marcelo (2001), «o conceito de encontro adquire contornos muito específicos, na medida em que a interacção só ocorre quando as partes envolvidas estão fisicamente na presença uma da outra. Pelo contrário, o conceito de grupo mantêm-se ainda que os seus membros não estejam juntos, ou seja, ainda que os seus elementos não estejam fisicamente presentes». Goffman trabalhou nesta perspectiva a noção de interacção face a face. Nesta perspectiva, Giddens (Marcelo, 2001) considerou que as relações sociais que são estabelecidas em contexto presencial se centram no corpo e se situam no tempo e no espaço. A este propósito atente-se em Marcelo: «o “aqui” do corpo refere-se não às coordenadas de espaço, mas a uma situação activa do corpo orientado para um conjunto de fins que pretende alcançar, naquele momento específico». Fazendo uma analogia com o espaço virtual, consideramos evidente que as interações sociais mediadas por computador ampliam e reconfiguram o conceito de sociabilidade e de relação social.

Miller (1995 *apud* Marcelo, 2001) estabeleceu uma comparação entre os estudos de Goffman e a realidade do mundo virtual: «apesar da interacção estabelecida através da comunicação electrónica não poder ser analisada, *strictu sensu*, na perspectiva de Goffman, isto não impede que as “*personal homepages*” se considerem «*new kinds of personal presentation*» (1995, p. 4) de um novo *medium*, o que implica que o “eu” apresentado através das *web pages* não seja muito diferente do “eu” apresentado em outras formas de interacção» (Marcelo, 2001). No entanto, parece-nos evidente que a questão do contexto da interacção e do novo conceito espaço-temporal influenciam as formas de relação social. É nesta medida que defendemos a evolução de paradigma sócio-comunicacional.

A mudança de paradigma sócio-comunicativo

As novas tecnologias trazem ao Homem um novo desafio: o de reequacionar a realidade e reelaborar a imagem do “eu” e do que o rodeia. A comunicação enquanto processo de interacção e vice-versa é uma ideia central na análise das tecnologias multimédia. Este fenómeno estabeleceu novos conceitos de espaço e tempo na interacção social – dos quais emergem novas e diferenciadas formas de sociabilidade.

Não se pode pensar a tecnologia num contexto diferente do da sociedade, como um elemento isolado. Pierre Lévy (1994) propõe o conceito de «tecnologia intelectual» para estudar a forma como a técnica afecta a nossa memória social e colectiva – as formas de sociabilidade. O autor enumera três tecnologias intelectuais que se sucederam: a oralidade, a escrita e a informática, sublinhando que cada uma influenciou a sua era.

A emergência das novas tecnologias origina uma mudança no imaginário humano, na medida em que transforma a natureza das relações dos homens com a tecnologia e entre si. Lévy (1994, 2001) defende uma relação directa entre subjectividade e tecnologia. De acordo com o autor, a técnica influencia o humano de forma determinante, já que fornece referenciais que moldam a nossa representação do mundo e de com ele interagir. Neste sentido, o conceito de tecnologia intelectual remete para a premissa de que as noções de tempo e espaço das sociedades humanas são alteradas pelo dispositivo técnico. Enquanto a oralidade originou a noção de tempo circular e a escrita gerou o tempo linear, o “aqui” e o “agora” são o tempo criado pela informática. Lévy (1994) chama-lhe «tempo pontual».

O autor considera que as tecnologias intelectuais originam mudanças no imaginário – alterações na forma como as pessoas se relacionam entre si e com a própria tecnologia – e fazem surgir novos meios de sociabilidade (diferentes, mas estruturalmente semelhantes). Na perspectiva de Lévy, as tecnologias intelectuais relacionadas com a informática estão a reavivar uma modalidade de pensamento eminentemente imagético e desterritorializado – características geralmente associadas à tecnologia intelectual da oralidade.

Efectivamente, as tecnologias intelectuais fazem parte da vida do Homem e da sua História. O nosso funcionamento intelectual remete para diferentes línguas e linguagens, sistemas lógicos e de significação que se desenvolveram com as comunidades que nos precederam, constituindo uma verdadeira «inteligência colectiva» (Lévy, 2001). A base fundamental deste conceito remete para um reconhecimento mútuo dos seres humanos enquanto constituintes de uma sociedade, considerando a multiplicidade da sua História, os seus conhecimentos e as suas capacidades. A «inteligência colectiva» cria a perspectiva de um laço social construtivo e cooperativo, onde cada um pode colaborar. A mudança de paradigma já começou.

Kerckhove (1997) defende a ideia de que se opera uma mudança de paradigma social e comunicativo que está directamente relacionada com a tecnologia: «a mudança de controlo do produtor/emissor para o consumidor/utilizador transformará uma minoria de utilizadores nos seus próprios produtores, ou “prosumidores”» (1997, p. 95).

Este contexto de mudança que Kerckhove postula centra-se numa reformulação do tradicional processo de comunicação motivado por alterações nos vectores tecnológicos e ideológicos. Note-se que as transformações no campo técnico se reflectem nas mentalidades e vice-versa. Nesta perspectiva consideramos que se vive «o início do paradigma da individualização, com o progressivo processo de informatização geral da sociedade. Este paradigma traduz-se na possibilidade do receptor ser também emissor, assumindo-se assim como um modelo de personalização. A transição da massificação para a individualização da comunicação permite a materialização da metáfora da «aldeia global», postulada por Marshall McLuhan, e reafirma o processo de comunicação como interacção e vice-versa» (Amaral, 2008a).

A transição de paradigma da comunicação interfere directamente na dimensão social. Por outro lado, a passagem da Cultura de Massas para a era da Cibercultura não sintetiza um processo de exclusão.

Não defendemos que um novo paradigma implique a anulação do anterior, mas antes que traduz uma adaptação. «Essencialmente no decorrer da última década, os vectores de mudança remeteram para uma transição da massificação para a individualização, permitindo uma progressiva transformação da era da informação em era da pós-informação» (Amaral, 2008a).

O ciberespaço permite um dispositivo de «comunicação todos-todos», por oposição aos media tradicionais/clássicos – «relação um-todos» (*Idem*, pp. 108, 109). A comunicação recíproca é possível no telefone («relação um-um» (*Id, Ibid*)), mas não permite a construção de um contexto comum, «nem uma visão global do que se passa no conjunto da rede» (*Id, Ibid*). O ciberespaço, onde o indivíduo é potencial receptor e emissor, permite a exploração de um espaço de comunicação que remete para uma rede de significações, que «está entregue à partilha e à reinterpretação dos participantes em dispositivos de “comunicação todos-todos”» (*Id, Ibid*). É neste sentido que o ciberespaço é um operador de inteligência colectiva, que implica um sujeito colectivo.

Na perspectiva de Kerckhove, «a nossa relação de sentido único, frontal, com o ecrã do televisor trouxe a cultura de massas. O ecrã de computador, ao introduzir modalidades de interactividade bidireccional, aumentou a velocidade. O efeito dos hipérmedia integrados será a imersão total. Estamos à beira de uma nova cultura profunda que está a tomar forma durante os anos noventa. De todas as vezes que a ênfase dada a um determinado meio muda, toda a cultura se move» (1997, pp. 175-176).

Estamos na era dos novos media (a difusão da mensagem dos meios de comunicação profissionais através da rede) e dos *self media* (a informação não profissionalizada produzida pelo utilizador comum) e numa fase em que a individualização é uma evidência. O receptor foi agora convertido em utilizador, com possibilidade de personalizar e mediar a comunicação num contexto colectivo que se assume como um novo universo de interacção e sociabilização: o ciberespaço.

O paradigma da individualização da comunicação (traduzindo a personalização) é, do ponto de vista social, equivalente a um novo paradigma colectivo que nasce com os *social media*.

Social media: ferramentas ao serviço do colectivo

O paradigma da individualização/personalização e do colectivo traduz a ideia de «inteligência colectiva» de Lévy (2001) e remete para o contexto de comunidade, muito em voga com a vertente Web 2.0 – que Tim O'Reilly (2005) definiu como uma nova geração de aplicações e serviços de Internet centrados no utilizador, promovendo os “prosumidores”.

O cenário da Web 2.0 é hoje a materialização do hipérmedia frenético que Kerkchove (1997) postulava, remetendo para uma nova geração de Internet em que o utilizador é efectivamente pró-activo, com ferramentas que permitem a partilha de conteúdo, a difusão à escala mundial e a associação de utilizadores em contexto de redes de interesses. Os *social media* são as ferramentas que impulsionaram a mudança. São softwares sociais, ou seja, que potenciam a interacção social. Facebook, YouTube, Wikipedia, Second Life... independentemente da plataforma, permitem ao utilizador em simultâneo a capacidade de individualização (no sentido da personalização) da comunicação e a vertente de dimensão colectiva (em estruturas de pertença).

Monty Metzger afirmou em 2007, numa conferência sobre media, que «o mundo está a ficar mais próximo». Numa clara alusão à metáfora “We the Media” que Dan Gillmor postulou em 2005, Metzger considera que os *social media* assumem a responsabilidade da Web se ter sociabilizado. Com a Web 2.0 nasceu a Geração C (*User Content Generation*) ou o Consumer 2.0 que resume um conjunto de elementos (todos interligados): «conteúdos, conversação, comunidade, controlo, co-autoria, ligação, comunicação, canal, criatividade» (Amaral, 2008b). Os *social media* são então plataformas que permitem propiciar ambientes sociais, de partilha, e ultrapassam as primeiras ferramentas de auto-edição no sentido em que conciliam a personalização com o colectivo. Consideramos que se assumem como ferramentas que propiciam a emergência de redes sociais.

Nesta perspectiva da Internet como uma esfera tecnosocial, Cavanagh (2007) apresentou o conceito de comunidade na era digital como estando posicionado num ponto de intersecção entre geografia, comunicação e cultura. Do ponto de vista sociológico, a autora considera que existem duas questões em debate: a relação entre a Internet com a vida *offline* e as comunidades *offline*; e a intersecção entre o físico e o espaço electrónico. Cavanagh afirma que o novo cenário digital enuncia duas perspectivas de estudo: a natureza das comunidades online e como é que estas podem representar o mesmo papel integrativo/integrante das comunidades tradicionais¹; a representação dos lugares físicos

¹ Cavanagh defende que esta abordagem tende para uma perspectiva de divisão entre o virtual e o real, com o propósito de procurar compreender os impactos entre/em ambos os “mundos”.

(onde vivemos) e a análise de como é que os conceitos de fluxos e de espaços, que Castells (2003) postulou, se (inter) relacionam.

De facto, o conceito de comunidade é actualmente central no estudo dos espaços que proliferam pela rede. Johnson (2001) defendeu a ideia de inteligência emergente para abordar o fenómeno das comunidades virtuais. Numa perspectiva similar, Surowiecki (2004) conceptualizou a sabedoria das multidões e caracterizou a inteligência colectiva no ciberespaço recorrendo a vários elementos: «diversidade de opiniões entre os indivíduos que formam o grupo, independência de critério, certo grau de descentralização que permite a existência de sub-grupos dentro do colectivo, e a existência de algum mecanismo de inclusão dos juízos individuais numa decisão colectiva» (Amaral, 2008b).

Internet e a reinvenção do conceito de comunidade

A noção de comunidade foi evoluindo ao longo dos tempos, como notou Ferdinand Tönnies (1985 *apud* Recuero, 2003). O autor distinguiu comunidade do conceito de sociedade, que considerou ter sido criado pela vida moderna. Para Tönnies a comunidade (*Gemeinschaft*) resumia o passado e era orgânica, implicando interacções sociais. Já a sociedade (*Gesellschaft*) era mecânica, sendo fruto da modernidade e traduzindo a sua frieza e egoísmo.

Em Weber (*apud* Recuero, 2003) o conceito de comunidade está directamente relacionado com a orientação à acção social. Nesta perspectiva, verifica-se que na comunidade há ligações, sejam elas emocionais, afectivas ou tradicionais (Amaral, 2007).

Considerado o pai das comunidades virtuais, Howard Rheingold (1996) justifica o aparecimento destes agregados pela expansão das novas tecnologias e devido ao progressivo desaparecimento dos espaços de interacção no mundo offline. A propósito desta questão, Oldenburg (1997 *apud* Hamman, 1999) equaciona o progressivo fim das comunidades tradicionais devido ao desaparecimento dos *great good places*: «os terceiros lugares na vida quotidiana, a par do lar e do trabalho, onde os laços sociais que sustentam as comunidades seriam formados. A decadência dos chamados “terceiros lugares” deve-se à industrialização, por assim dizer, da vida quotidiana» (Amaral, 2007, p. 15).

A comunidade virtual nasce da evolução natural do conceito e da sua adequação ao contexto do ciberespaço. Identidade, sociabilidade e a noção de consciência colectiva são três aspectos que as comunidades virtuais reconfiguram da noção tradicional e que se assumem como o pilar dos grupos online.

Recuero (2003) apresentou comunidade virtual como a definição para «os agrupamentos humanos que surgem no ciberespaço, através da comunicação mediada por computador». A questão geográfica esbate-se e a construção social partilhada torna-se um elemento de destaque. Serão então as comunidades virtuais sinónimo de redes sociais na Internet? Adoptando a perspectiva de Recuero (2006), consideramos que as comunidades virtuais são antes tipos de redes sociais. Mas antes de conceptualizar ideias sobre redes sociais na web importa contextualizar a temática.

Redes sociais e Web

«A cooperação é o processo formador das estruturas sociais», defende Recuero (2006). Decorrendo desta premissa, compreendemos redes sociais como redes de comunicação que interligam indivíduos com laços comuns e potenciam uma estrutura dinâmica de relações interpessoais, sem que todos os indivíduos estejam directamente ligados mas antes em rede. Nesta perspectiva, «a organização de uma rede social compreenderia a totalidade de relações de determinado grupo» (Recuero, 2005b). Logo, as redes sociais nascem directamente de interacções sociais entre membros do mesmo grupo ou de grupos diferentes. É neste sentido que entendemos a diferença entre rede social e comunidades.

Castells (2003, p. 607) afirma que «as redes são estruturas abertas, capazes de se expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar dentro da rede, nomeadamente, desde que partilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objectivos de desempenho)».

Thacker (2004, p.5 *apud* Recuero, *Ibid*) considera que a natureza das redes sociais se baseia em três princípios: conectividade (a ideia de que tudo está ligado e nada acontece de forma isolada), ubiquidade (as ligações acontecem permanentemente), universalidade (as redes são universais e justificam muito fenómenos). A estrutura, a organização e a dinâmica são os três elementos que permitem analisar estes princípios, atendendo a questões de representação espacial, hierarquia social e do factor tempo.

Para Garton *et al* (1997 *apud* Recuero, 2005) o estudo das redes sociais foca principalmente as relações entre pessoas e os padrões dessas relações. Watzlavick, Beavin e Jackson (2000 *apud* Recuero, 2008) destacam que a interacção social é uma manifestação de carácter comunicativo com reflexo social.

Watts (2003 *apud* Recuero, 2005) considera que a análise de redes sociais parte de duas visões possíveis do objecto de estudo: «*whole networks*» e «*ego-centered networks*». A primeira centra-se no estudo baseado na relação estrutural da rede com o grupo social; a segunda procura entender o papel social do indivíduo através das posições que ele tem na rede.

As ligações entre dois actores de uma rede social traduzem-se nos laços sociais: «a estrutura de uma rede social compreende aquilo que ela possui de mais permanente, ou ainda, o resultado de interações repetidas. Trata-se de uma sedimentação dessas trocas que pode ser observada através dos laços sociais e do capital social» (*Id, Ibid*).

Segundo Pierre Bourdieu (*apud* Recuero, *Ibid*), o capital social é gerado pelas relações sociais entre indivíduos. Bertolini e Bravo (2004) contextualizam a noção de capital social a dois níveis: relações individuais e relações colectivas. A partir desta ideia as autoras desenvolvem uma perspectiva multidimensional que assenta em cinco dimensões: capital social relacional (relações que se estabelecem entre indivíduos); capital social cognitivo (relação com a transmissão e aquisição de conhecimentos); capital social normativo (regras que devem ser seguidas por um determinado grupo social); capital social de confiança no ambiente social (o nível de confiança que o indivíduo deposita num determinado ambiente social); capital social institucional (a instituição em que o grupo está inserido) (Bertolini e Bravo, 2004; Recuero, 2006).

Na nossa perspectiva, a noção de capital social está directamente associada a um conceito de cultura de redes, estabelecido através dos laços que ligam indivíduos. De acordo com Recuero (2008, p. 66), «um laço é composto por relações sociais que, por sua vez, são constituídos por interações sociais». A este propósito, Granovetter (1973, p. 1361 *apud* Recuero, *Ibid*) distingue laços sociais fortes de laços sociais fracos pela proximidade. Note-se que o estabelecimento de laços implica dinamismo na rede, ou seja, implica que exista a noção de tempo.

A evolução dos estudos sobre redes sociais está directamente relacionada com a progressão tecnológica. Recuero (2005) afirma que «a novidade das novas abordagens sobre redes e sua possível contribuição para o estudo das redes sociais está no facto de perceber não como determinada e determinante, mas como mutante no tempo e no espaço».

A Internet assume-se actualmente como um novo espaço de sociabilização. Castells (2003) referiu a ideia da web como «um espaço de espaços». Daqui se infere que as redes sociais na web nascem da interacção mediada por computador e a nova sociabilidade compreende-se na medida em que através de ambientes espaço-temporais distintos, é possível gerar laços sociais. No entanto, as relações sociais que se geram entre os actores sociais são claramente diferenciadas, na medida em que o espaço da nova sociabilidade, das interacções mediadas por computador, é o «território virtual» (Recuero, 2008, p. 69).

Gabriela Zago (2008) considera que no contexto da Web, a importância do capital social se desenha com base numa estrutura tripla: construção da reputação online, difusão de informações e criação e manutenção de laços sociais. A questão da visibilidade social online está directamente associada a uma ideia de status/reputação, que se centra na partilha e nas ligações com o outro. Neste contexto, Recuero propõe um estudo que passe «pela análise dos laços sociais construídos entre os atores sociais da rede, pelas interacções que constituem esses laços e pelo capital social produto do mesmo» (2008, p. 66).

As ferramentas de interacção social na web melhoram a produtividade mas, sobretudo, a conectividade social. A inteligência colectiva numa perspectiva de rede traduz-se «o conhecimento conjunto que resulta de escolhas descentralizadas e considerações de grupos de participantes independentes» (Tapscott e Williams, 2007, p. 50).

Caracterização de Sociabilidade em micro-redes

Nesta secção apresentamos um trabalho empírico de caracterização da sociabilidade de comunidades em sites de social networking. Trata-se de um estudo exploratório que visa contribuir para o debate das redes sociais em ambientes online e que se enquadra no contexto de um projecto de doutoramento em curso.

O objecto de estudo é a dimensão social de duas micro-redes (redes temáticas que fazem parte de uma escala macro – conceito que definimos com base na plataforma tecnológica). Adoptamos neste trabalho a perspectiva de Beavin e Jackson (2000 *apud* Recuero, 2008), considerando que a interacção social traduz uma manifestação de carácter comunicativo com reflexo social. Neste sentido, a dimensão social das micro-redes resume interacções sócio-comunicativas.

O objectivo deste estudo exploratório é aferir se nestes espaços se constrói uma realidade social própria e se as práticas desenvolvidas pelos actores no contexto da rede são acções sociais ou individuais. As micro-redes em análise são um grupo do Flickr subordinado à temática dos crafts (“Superziper”²) e o fórum português do Bookcrossing³.

1). Características das macro-redes

1.1) Bookcrossing

O Bookcrossing⁴ foi criado pelo norte-americano Ron Hombaker, em Março de 2001. Este site tem como objectivo incentivar as pessoas a libertarem os seus livros pelo mundo. Hombaker é dono de uma empresa de *software* e criou esta plataforma para fazer do mundo uma biblioteca. Esta comunidade de leitura e de partilha tem por base uma plataforma que permite aos utilizadores e gerirem uma estante de livros.

O lema do Bookcrossing é “read, registre and release”. A ideia de ler e libertar faz com os livros registados pelos membros desta comunidade andem em viagem permanente. Seja porque são libertados nalgum sítio, ou porque fazem parte de *bookrings* (livro emprestado a um conjunto de pessoas, mas que depois regressa ao seu dono), *bookboxes* (caixas onde inicialmente é colocado um determinado número de livros e é enviada por correio a um conjunto de utilizadores que se inscrevem; cada membro desta cadeia pode retirar da caixa os livros que entender, desde que reponha o mesmo número), *bookrays* (livro que é emprestado e que vai seguindo viagem continuamente, sem nunca mais regressar ao dono) ou são dados num acto de *RABCK* (“*Random Act of BookCrossing Kindness*”). Esta plataforma disponibiliza ainda aos seus utilizadores fóruns, serviço de mensagens privadas, recomendações e críticas de livros, diversas listagens (dos livros mais viajados, dos preferidos dos membros, dos que foram libertados recentemente, dos membros geograficamente divididos...). Para além de ser “libertados” em qualquer espaço do mundo offline, as viagens dos livros registados no Bookcrossing são possíveis através do envio pelo correio.

Os primeiros meses de existência do Bookcrossing registavam uma média de trocas de cerca de 100 livros por mês. Entretanto, os media tradicionais descobriram o fenómeno e deram-lhe o impulso necessário. Actualmente, o site regista 726,375 membros e 5,233,482 livros registados⁵. A comunidade Bookcrossing divide-se ainda em tribos geográficas e de interesses, tendo estas como base os fóruns⁶ do site. Os *bookcrossers* portugueses têm como ponto de encontro o fórum em português⁷ e, ocasional e geograficamente, promovem encontros no mundo offline. A comunidade portuguesa regista 10466 membros⁸.

1.2). Flickr

A plataforma Flickr⁹ é um serviço de partilha de imagens e vídeos que permite aos utilizadores criar fotoblogs (weblog cujo conteúdo principal são fotografias) e videoblogs (amplia o conceito de fotoblog ao vídeo), apresentando algumas ferramentas de edição das imagens, sistema de comentários, apontamento de notas directamente nas imagens, categorização de fotografias e vídeos, *tagging* das imagens e vídeos, estatísticas, grupos de discussão. Em Agosto de 2005 este software social foi comprado pelo Yahoo¹⁰.

A possibilidade de partilha de imagens e vídeos tem sido alargada pelos grupos de discussão. Os utilizadores podem ter contas gratuitas ou pagas, diferindo o volume de upload mensal possível. É possível ter álbuns e colecções de álbuns, enviar fotografias e vídeos para grupos, colocar imagens e

² Endereço na web: <http://www.flickr.com/groups/superziper/>

³ Endereço na web: <http://bookcrossing.com/forum/19>

⁴ Endereço na web: <http://www.bookcrossing.com>

⁵ Estatística registada a 22 de Novembro de 2008.

⁶ Acesso a cada fórum no endereço: <http://www.bookcrossing.com/forum>

⁷ Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19>

⁸ Estatística registada a 22 de Novembro de 2008.

⁹ Endereço na web: <http://www.flickr.com>

¹⁰ Endereço na web: <http://www.yahoo.com>

vídeos no corpo das mensagens nos grupos, comentar nos conteúdos de outros utilizadores e nos próprios, classificar geograficamente o conteúdo, adicionar conteúdos aos favoritos, colocar notas nas imagens, adicionar outros como contacto (sendo possível personalizar o contacto: simples, amigo e família), e consultar estatísticas. É ainda possível classificar o conteúdo consoante várias licenças disponíveis.

Não há informação do número de utilizadores registados no Flickr.

2). Características das micro-redes

2.1). Fórum português no Bookcrossing

O acesso ao fórum português no Bookcrossing é livre, no entanto o registo de mensagens ou a resposta a tópicos activos implica um registo no site. A estrutura é a de um fórum normal, apresentando as mensagens pelo título com a indicação do autor, números de respostas e data do último registo a ter sido inserido. Os tópicos são apresentados do actualizado mais recentemente para o último.

Cada página do fórum regista um total de 50 tópicos (cada um com o seu número de respostas), sendo que estão disponíveis seis páginas. Não existe arquivo visível para além das últimas 300 mensagens actualizadas. No entanto, é possível realizar uma pesquisa (por nome de utilizador ou conteúdo) e ordená-la por relevância ou data. Também na página pessoal de cada utilizador há um registo de quantas mensagens foram inseridas nos fóruns. Esse número é apresentado sob a forma de hipertexto, pelo que é possível aceder a uma área de inventário das mensagens por fórum, título, data e respostas obtidas.

O Bookcrossing não disponibiliza estatísticas de quantos utilizadores já participaram no fórum nem tão pouco de quantas mensagens foram inseridas.

Paralelamente à actividade do fórum, está disponível na web um site¹¹ criado por utilizadores portugueses para apoio aos bookcrossers lusos. Na nossa perspectiva, este espaço serve como suporte a alguns dos assuntos discutidos no fórum assim como à utilização do fórum por parte de novos utilizadores.

2.2). Grupo “Superzíper” no Flickr

O grupo Superzíper, alojado na plataforma Flickr, é apresentado como «Um grupo para se discutir os temas que já foram post no superziper.com¹²» Trata-se de um grupo sobre artesanato urbano (crafts) de língua portuguesa, que associa utilizadores de nacionalidade brasileira e portuguesa, e baseia-se no blog no qual as duas administradoras publicam entradas relacionadas com a temática geral do grupo.

O acesso ao grupo é livre mas a participação (adicionar imagens e/ou vídeos e publicar mensagens) implica ter uma conta no Flickr e ainda adicionar-se ao grupo (para tal basta aceitar as regras do grupo).

Actualmente estão registados 1251 utilizadores¹³, contabilizando-se 876¹⁴ itens na *pool* (galeria) do grupo e 607¹⁵ tópicos. A lógica da área de discussão é idêntica à dos fóruns normais, sendo que na primeira página são apresentados os últimos tópicos a terem sido actualizados. Existe um link que permite ver mensagens na página inteira e cada uma apresenta 20 tópicos. É ainda possível percorrer todas as páginas de mensagens e fazer pesquisa numa caixa própria.

A estrutura da galeria do grupo é semelhante ao fórum: na primeira página são apresentados os últimos 12 conteúdos adicionados (imagens e/ou vídeo); em cada página são registados 30 conteúdos; é possível navegar por todas as páginas da galeria. Existe ainda um link para adicionar conteúdos (tal como existe a possibilidade de adicionar tópicos na área de discussão). Está visível na área da galeria os cinco utilizadores que têm mais fotografias no grupo e as cinco tags mais utilizadas para classificar o conteúdo. Também é possível aceder à listagem das tags que categorizam todo o conteúdo disponível na galeria.

O grupo tem ainda as funcionalidades, à semelhança dos restantes espaços de discussão no Flickr, de ver todo o conteúdo da galeria em formato de *slideshow* e de recomendar o espaço por email.

3). Método

¹¹ Endereço na web: <http://www.bookcrossing-portugal.com/>

¹² Endereço na web: <http://superziper.blogspot.com/>

¹³ Estatística registada a 22 de Novembro de 2008.

¹⁴ Estatística registada a 22 de Novembro de 2008.

¹⁵ Estatística registada a 22 de Novembro de 2008.

O propósito deste estudo exploratório é verificar se nestes espaços se constrói uma realidade social própria e também se as práticas desenvolvidas pelos actores no contexto da rede são acções sociais ou individuais. Atendendo a este objectivo, o nosso trabalho centra-se na identificação, tipificação e avaliação das interacções sociais através da comunicação mediada por computador estabelecida em contexto dos fóruns de discussão.

A metodologia utilizada foi a análise semântica de mensagens com vista a compreender o significado das mensagens, interacções sociais e o seu conteúdo. Optámos por implementar uma grelha de análise. O instrumento de observação desenhado assenta nos seguintes elementos:

- a). relações de cooperação: processo de interacção/diálogo que evidencie colaboração entre membros da rede;
- b). relações de conflito: processo de interacção/diálogo que evidencie diferenças/choque de ideias;
- c). mensagens off-topic direccionadas a acções sociais: criação de mensagens fora do contexto da temática geral do espaço e do tópico para discutir assuntos que promovam acções sociais (conjuntas);
- d). mensagens off-topic direccionadas a acções individuais: criação de mensagens fora do contexto da temática geral do espaço e do tópico para discutir assuntos que promovam acções do próprio indivíduo;
- e). sentimento de pertença ao grupo: referência ao grupo como território simbólico;
- f). reconhecimento de reputação social próprio: referência a status social do próprio utilizador;
- g). reconhecimento de reputação social do outro: referência a status social de outros utilizadores;

3.1) Amostra

Foi realizada uma selecção aleatória de cinco tópicos (e respectivas respostas) em cada fórum.

Código do tópico	Título do tópico	Número de respostas	Data do tópico	Data da última resposta
a1	Handmade Nation Movie ¹⁶	12	05 de Outubro de 2008	16 de Novembro de 2008
a2	Vocês costuram à máquina ¹⁷	72	20 de Junho de 2007	23 de Agosto de 2007
a3	Alguém vai? ¹⁸	4	19 de Novembro de 2008	21 de Novembro de 2008
a4	Amazon Japan ¹⁹	19	29 de Agosto de 2008	23 de Setembro de 2008
a5	Máquina de costura portátil ²⁰	8	14 de Julho de 2008	26 de Outubro de 2008

Tabela nº 1 - Amostra seleccionada no grupo “Superzíper”

Código do tópico	Título do tópico	Número de respostas	Data do tópico	Data da última resposta
b1	[OT] - desanimada? Isso já passou à história, com tantos mails de incentivo... ²¹	44	15 de Novembro de 2008	20 de Novembro de 2008
b2	Ring - Baunilha e Chocolate - Sveva Modignani ²²	29	06 de	20 de

¹⁶ Disponível no endereço: <http://www.flickr.com/groups/superziper/discuss/72157607742229519/>

¹⁷ Disponível no endereço: <http://www.flickr.com/groups/superziper/discuss/72157600413492680>

¹⁸ Disponível no endereço: <http://www.flickr.com/groups/superziper/discuss/72157609457614268/>

¹⁹ Disponível no endereço: <http://www.flickr.com/groups/superziper/discuss/72157607001978700/>

²⁰ Disponível no endereço: <http://www.flickr.com/groups/superziper/discuss/72157606169429525/>

²¹ Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19/5838265/44>

			Janeiro de 2007	Novembro de 2008
b3	É Natal, É Natal, É Natal Artesanal... ²³	42	28 de Outubro de 2008	19 de Novembro de 2008
b4	[OT] O divã do BC'er (serviço gratuito) ²⁴	19	13 de Novembro de 2005	19 de Novembro de 2008
b5	(O.T.) A. Lobo Antunes por ele próprio ²⁵	3	03 de Novembro de 2008	14 de Novembro de 2008

Tabela nº 2 – Amostra seleccionada no fórum português do Bookcrossing

4). Apresentação e discussão dos resultados

A implementação do instrumento de observação (grelha de análise) apresentado na secção anterior implicou uma análise semântica da amostra em que se estudou o significado das mensagens e as interacções sociais nos processos de diálogo. Registámos sempre que se verificou a ocorrência dos elementos em análise, a sua frequência (número de mensagens que expressem o objecto de análise) e destacámos exemplos. As respostas nos tópicos foram analisadas no que concerne a cada ponto do instrumento de observação e de forma a que fosse estabelecida uma correlação entre si.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	x	-	
a2	v	13	«comprei por catálogo, na la redoute e com um desconto de 40% muito bom mesmo, mas eu sou de Portugal...» [resposta a outro membro] «Dos livros? Do grande livro para costura eu creio que é 5,50 euros. Do outro livro da Singer, eu nao sei, pq eu ganhei de presente, mas no site da Amazon eles dizem o preco do frete para o Brasil» [resposta a outro membro] «Se você for na sessão de costura tem mais um monte de dicas de onde achar os moldes.» [resposta a outro membro]
a3	x	3	« os detalhes no site do brasil artesao um dos maiores sites do genero: www.brasilartesao.com.br/pagina.htm » [resposta a outro membro]
a4	x	15	« A todas: livros, revistas E jornais não pagam imposto.» «Eu nunca tive problemas com a Amazon,com, como são a mesma empresa, acredito que não vai haver problemas.» [resposta a outro membro] «No site yesasia.com, acima deUS\$ 100 em compras, o frete sai de graça!»
a5	x	9	« Acho que nesse caso, para roupa de boneca, vale mais um bom ponto feito a mão. :)» [resposta a outro membro – pergunta colocada no tópico] «ganhei uma dessa um tempo atrás, ela não atende a necessidade de uma costura, só serve para fazer bainha em roupas.»
b1	v	14	«Se não respondi... desculpa... mas como (agora) sabes não posso mesmo ir» «Subscrevo inteiramente o post da Fantasma. Inteiramente.»
b2	v	27	« Gostava de ler este livrito mas de preferencia em 3ºlugar.....» «Já está tudo inscrito!» « Vou já pedir para te contactarem.»
b3	v	33	« Mais uma para a lista. Obrigada!» « O sorteio ja foi feito, estou a enviar durante esta tarde os mails»

²² Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19/4448816/29>

²³ Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19/5793871>

²⁴ Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19/5847625/19>

²⁵ Disponível no endereço: <http://bookcrossing.com/forum/19/5808504/>

b4	x	-	
b5	v	2	« E hj ele vai cá tar no Casino pra fazer o lançamento a nível nacional:))))))»

Tabela nº 3 - Relações de cooperação

Na amostra analisada verificou-se que a maioria dos tópicos (e respectivas mensagens) evidencia relações de cooperação. Ou seja, denota-se que o processo de interacção/diálogo demonstra colaboração entre os membros da rede. Consideramos que este facto está directamente relacionado com a ferramenta técnica que interliga os utilizadores. Os fóruns são, por excelência, espaços de colaboração e debate de ideias. E as suas especificidades técnicas estão adequadas a essas funções. Os tópicos analisados das duas comunidades, cujos pontos de encontro são fóruns, confirma esta premissa.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	x	-	
a2	x	-	
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	v	17	«Eu não sei se estou na tua lista ou não, mas não acho bem começarmos a separar as pessoas por "lista".» «Nunca ninguém se queixou do que estás a queixar-te. A ver se nos entendemos.» «Só gostava de saber quem se julgam vocês para despoletar tamanha "Guerra", quando eu apenas comentei que gostava de reunir o máximo de pessoas no jantar?»
b2	x	-	
b3	x	-	
b4	x	-	
b5	x	-	

Tabela nº 4 - Relações de conflito

Apenas se registou um tópico que evidencia relações de conflito. Nenhum dos outros tópicos analisado sugeriu diferenças ou choque de ideias no processo de interacção. Uma das conclusões a sublinhar é a de que os membros das redes participam nas discussões referindo a sua opinião e, na maioria das vezes, evitam aludir ao que é exposto pelos outros utilizadores quando discordam dessas ideias. Por outro lado, a maioria dos tópicos da amostra suscitava troca de ideias e conhecimentos, pelo que as relações de conflito não faziam parte do cenário. A destacar ainda o facto de se terem registado processos de interacção conflituosos a partir de uma mensagem considerada “off-topic”, em que um membro da rede demonstrava a sua decepção por os restantes utilizadores não terem aderido a um repto que havia lançado. Ao contrário dos restantes tópicos, neste verificou-se uma troca de acusações do domínio pessoal.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	x	-	
a2	x	-	
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	x	-	

b2	x	-	
b3	x	-	
b4	x	-	
b5	x	-	

Tabela nº 5 – Mensagens off-topic direccionadas a acções sociais

Em nenhum tópico se encontraram mensagens off-topic direccionadas a acções sociais. Consideramos que este facto se prende com a limitação das mensagens às temáticas das redes ou a partilha de conhecimento. Por outro lado, dois dos tópicos analisados (b1e b3) são off-topic mas dirigem-se a acções sociais conjuntas. No entanto, não se registaram off-topics das temáticas gerais dos espaços e, em simultâneo, dentro de tópicos.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	x	-	
a2	x	-	
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	x	-	
b2	x	-	
b3	x	-	
b4	x	-	
b5	x	-	

Tabela nº 6 – Mensagens off-topic direccionadas a acções individuais

À semelhança das mensagens off-topic direccionadas a acções sociais, também as dirigidas a acções individuais não se verificaram na amostra analisada. Uma das conclusões a salientar desta análise é o facto de a maioria das mensagens partirem do particular para o geral (do individual para o social), anulando geralmente a imagem do “eu” e assumindo o “nós”, como entidade de partilha.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	v	3	«Será que vai rolar um superziper movie session?»
a2	v	1	«você sabem a minha história»
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	v	1	«hostilizar uma comunidade inteira»
b2	x	-	
b3	v	1	«Sou um pouco contra esta thread do Ano passado porque...»
b4	v	1	«assumimos a nossa condição de deuses»
b5	x	-	

Tabela nº 7 – Sentimento de pertença ao grupo

A análise semântica permitiu aferir uma incidência de 50% no sentimento de pertença ao grupo. No entanto, parece-nos que para além da semântica, há outros aspectos que evidenciam a assumpção do grupo como território simbólico. Desde logo o respeito pelas temáticas ou a referência a off-topic, quando não se enquadram. Por outro lado, o vocabulário (a utilização de determinadas terminologias) e a abordagem directa de outros membros da rede demonstram uma integração no grupo.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	v	1	«se realmente não vier o superziper pode tentar mexer os pauzinhos e arrumar um jeito de trazer ;» [mensagem de uma administradora do grupo]
a2	x	-	
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	v	1	« É que sinceramente, em jeito de desabafo, nem sei como me lembrei desta ideia, mas que foi genial, foi.»
b2	x	-	
b3	x	-	
b4	x	-	
b5	x	-	

Tabela nº 8 – Reconhecimento de reputação social próprio

Apenas em duas mensagens (em tópicos diferentes) se verificou o reconhecimento social por parte do próprio utilizador. No tópico a1 denotou-se um tom de gracejo. Já a ocorrência verificada no tópico b1 está directamente relacionada com a situação de diálogo conflituoso registada. A ausência do reconhecimento do próprio status na maioria dos tópicos analisados leva-nos à inferência de que as temáticas em causa não propiciam a construção de reputação online.

Código do tópico	Ocorrência	Frequência	Exemplos
a1	v	1	« A dona Andrea é cheia de contatos... quero morrer seu amigo! »
a2	v	1	«Sigo muito as dicas das meninas do Superziper»
a3	x	-	
a4	x	-	
a5	x	-	
b1	x	-	
b2	x	-	
b3	x	-	
b4	x	-	
b5	x	-	

Tabela nº 9 – Reconhecimento de reputação social do outro

À semelhança da reputação social própria, também o reconhecimento do status do outro não é recorrente nos tópicos analisados. Parece-nos que tal facto está directamente relacionado com as temáticas que, conforme referimos, não potenciam a criação de reputação.

Conclusões

O ponto de partida deste trabalho foi a mudança de paradigma social e comunicacional imposta pela web, que consideramos alterar a interacção de forma substancial. A introdução das tecnologias na vida privada e social transformou a relação do indivíduo consigo próprio e com o outro. Decorrente desta evolução, a reinvenção do conceito de comunidade e o aparecimento dos social media propiciaram o aparecimento das redes sociais na web.

A construção de uma realidade social própria nas redes sociais parece-nos uma evidência. A análise desenvolvida permitiu compreender que existem interacções sistemáticas, que ultrapassam os tópicos analisados, e que sustentam o desenvolvimento de laços sociais. Daqui decorre que se verifica o sentido da presença do tempo, pelo que as micro-redes são dinâmicas.

O desenvolvimento de uma nova forma de sociabilidade parece estar em curso, potenciado pela técnica e pelas apropriações geradas pelos indivíduos. As duas micro-redes enquanto espaços de socialização denotam relações sociais diferenciadas entre os membros, o conhecimento como centro da mensagem e da interação social, e dinâmicas de cooperação (Recuero, 2006).

As práticas desenvolvidas pelos actores no contexto das micro-redes são acções sociais que partem de acções individuais. As interações sociais analisadas a partir da comunicação revelam a cooperação como elemento formador da estrutura da rede como um todo. Demonstram ainda o interesse pela temática e na partilha de conhecimento por parte dos membros da rede, que procuram interagir com vista à dinâmica de grupo.

Consideramos ainda que as temáticas gerais das redes analisadas se encaixam numa estrutura de partilha de ideias e geram capital social através das interações mediadas por computador. Recuperando as dimensões de Bertolini e Bravo (2004), as duas micro-redes evidenciam capital social cognitivo – relação com a transmissão e aquisição de conhecimentos, e capital social de confiança no ambiente social – nível de confiança que o indivíduo deposita no espaço de socialização. Por outro lado, o sentimento de pertença ao grupo está essencialmente evidente no respeito pelas regras e na sua absorção. Neste sentido, defendemos que nas redes analisadas existe capital social normativo (Bertolini e Bravo, 2004).

Não pretendíamos com este trabalho encontrar conclusões finais mas antes desenvolver um estudo exploratório e contribuir para o debate das redes sociais em ambientes online. Centrando o foco de atenção na realidade social dos ambientes das redes online a assumindo as conclusões deste estudo como novo ponto de partida, deixamos algumas questões à consideração: - as relações entre utilizadores nas redes partem do princípio de “scale free network”?; - existem hierarquizações sociais nas redes?; - o determinismo geográfico intervém na dimensão da rede? Na nossa perspectiva, estas são algumas das questões que o estudo dos fenómenos de mobilização online implica do ponto de vista sócio-comunicacional.

Bibliografia

Amaral, I. (2007). Ciberespaço: a reinvenção do conceito de comunidade. *Caderno de Estudos Mediáticos*, 5ª edição, 13-21.

Amaral, I. (2008a). A @migração para o Ciberespaço: a Dimensão Social dos Mundos Virtuais. *Observatorio (OBS*) Journal*, Vol 2, No 2., 325-344.

Amaral, I. (2008b). Web 2.0 e o novo paradigma sócio-comunicacional. Comunicação apresentada no Encontro Sobre Web 2.0, Universidade do Minho, Braga, 10 de Outubro de 2008.

Bertolini, S. & Bravo, G. (2004), Social Capital, a Multidimensional Concept, <http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf> (consultado na Internet a 15 de Outubro de 2008)

Castells, M. (2003). *A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede*. Volume I, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Cavanagh, A. (2007). *Sociology in the age of the Internet*. UK: Open University Press

Ferréol, G. (2007), *Sociologia: Léxico das Ciências Sociais*. Porto: Porto Editora.

Garton, L.; Haythornthwaite, C. & Wellman, B. (1997), Studying Online Social Networks, <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html> (consultado na Internet a 18 de Setembro de 2008)

Gillmor, D. (2005). *Nós os Media*. Lisboa: Editorial Presença.

Hamman, R. B. (1999), Computer networks linking network communities: effects of AOL use upon pre-existing communities, <http://www.socio.demon.co.uk/cybersociety> (consultado na Internet em 10 de Outubro de 2008)

Johnson, S. (2001). *Emergence. The connected lives of ants, brains, cities and software*. London: Penguin Books

Kerckhove, D. (1997), *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio d'Água.

Lévy, P. (1994). *As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era informática*. Lisboa: Instituto Piaget.

Lévy, Pierre (2001), *O que é o virtual?*. Coimbra: Quarteto.

Marcelo, A. (2001), Internet e novas formas de sociabilidade. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/marcelo-ana-sofia-internet-sociabilidade.pdf> (consultado na Internet a 10 de Setembro de 2008)

Metzger, M. (2007). The Power of Social Media. *Conferência “Medien Meeting Mannheim”*. Hamburgo, 09 de Maio de 2007.

O'Reilly, T. (2005), What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, <http://www.oreillynnet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (consultado na Internet a 10 de Setembro de 2008)

Recuero, R. (2003). Weblogs, webrings e comunidades virtuais, <http://bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf> (consultado na Internet a 15 de Setembro de 2008)

Recuero, R. (2005a), Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. Comunicação apresentada no XXVIII INTERCOM, Rio de Janeiro, Setembro.

Recuero, R. (2005b), Comunidades em Redes Sociais na Internet: Um estudo de uma rede pró-ana e pró-mia. *Revista F@ro*, Ano 1, Número 2.

Recuero, R. (2006), Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. *Razón y Palabra*, v. 52, 1-15.

Recuero, R. (2008), Comunidades em redes sociais na internet: um estudo de caso dos fotologs brasileiros. *Liinc em Revista*, v. 4, 63-83.

Rheingold, H. (1996). *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva.

Silva, L. O. (1999), Comunicação: A Internet – a geração de um novo espaço antropológico, http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=silva-lidia-oliveira-Internet-espaco-antropologico.html (consultado na Internet a 10 de Setembro de 2008)

Surowiecki, J. (2005). *The Wisdom of Crowds*. New York: Anchor.

Tapscott, D. & Williams, A. (2007), *Wikinomics: a nova economia das multidões inteligentes*. Lisboa: QUIDNOVI

Zago, G (2008), A influência do capital social nos usos do Twitter, <http://gabrielaz.googlepages.com/capitalsocial-twitter.pdf> (consultado na Internet a 10 de Novembro de 2008)