

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
18º. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM COMUNICAÇÃO

Relato do artigo “Em busca das redes que importam”: Redes Sociais e Capital Social no Twitter, de Raquel Recuero (UCPel) e Gabriela Zago (UFRGS)

Autora: Sandra Portella Montardo (Feevale)

A partir de estudo de caso do Twitter, o artigo aborda os efeitos da apropriação na estrutura das redes sociais na Internet, visando identificar diferentes tipos de redes sociais que podem surgir a partir da percepção dos valores apropriados pelos atores. Por si só, o tema, além de relevante no campo de pesquisa da Cibercultura no Brasil, no que diz respeito ao estudo das redes sociais na internet, mostra-se original, alinhando-se com iniciativas neste sentido em outros países, mas ultrapassando-as.

O levantamento do estado da arte dos estudos dedicados ao Twitter, em pesquisa aplicada fora do Brasil (JAVA et al., 2007), revela apropriações relacionadas ao acesso à informação e ao estabelecimento de conversações entre os atores como os principais achados do estudo. Na medida em que esse foi o ponto de partida para todos os desdobramentos que compõem as conclusões a que se chegou neste artigo, até que ponto o conhecimento dessas apropriações guiaram a construção do questionário e podem, com isso, ter pré-determinado o alcance das respostas? Como a observação participante deste site de rede social (Boyd&Ellison, 2007; Ellison, Steinfield&Lampe, 2007) colaborou para a coleta de dados feita posteriormente? Também nessa fase observou-se exatamente os mesmos usos percebidos por Java et. al, 2007?

É interessante notar o diálogo proposto entre os conceitos de redes de contato sem interação recíproca necessária, entendida como as redes sociais que importam (Huberman, Moreno&Wu, 2009) e os conceitos de redes sociais emergentes e redes de filiação (Recuero, 2007), que mais tarde se converte em crítica fundamentada ao primeiro com base na comprovação do segundo.

É quanto aos conceitos de capital social, apropriações e valores percebidos nas redes sociais na internet que se articulam os questionamentos mais importantes deste relato. Com relação ao capital social, se não é claro na literatura como ele pode ser percebido, como é possível estudar os seus efeitos? Efeitos como confiança, normas, autoridade, sanções, de acordo com Coleman (1990), poderiam ser considerados consequências da interação social? E, com isso, o capital social em si,

pode ser entendido como o objeto das interações, o que se troca nelas? A classificação de Bertolini e Bravo (2004) não seria útil quanto a isso?

Ainda, se valor é a forma como o indivíduo pode se beneficiar da rede social, o que seria capital social? E qual a diferença entre valores e apropriações? Capital social é algo dado ou que pode ser construído?

A combinação de métodos é bastante interessante porque permite a observação dos hábitos dos usuários (observação participante e análise de conteúdo 622 *tweets* aleatórios), a interrogação dos usuários com relação ao sistema (questionário), assim como a obtenção e a análise do gráfico da rede ego-centrada, para identificação das diferentes redes possíveis a partir desta ferramenta em função do capital social. Pensa-se que com isso se torna possível relacionar o que realmente acontece (ou se observa) com a percepção de quem faz acontecer.

No texto, ao se mencionar a disponibilização do questionário com 25 questões, entre escolha simples e múltipla, com o qual se obteve o impressionante retorno de 903 respostas, as autoras afirmam que as questões versavam sobre a utilização e a apropriação da ferramenta por brasileiros, informando ainda que se buscava identificar os valores buscados por estes usuários. Qual é a relação entre utilização, apropriação e valores?

Informação (387) e conversação (295) foram as categorias resultantes da análise de conteúdo dos *tweets*, sendo que para cada uma delas cabe várias sub-categorias. A respeito da categoria *tweets* informacional, o que significa a sub-categoria *tweets* automáticos? E quanto à sub-categoria de *tweets* diretos para a categoria conversação, foram consideradas as *direct messages* (privadas)?

Como sugestão de uma posterior investigação, seria interessante analisar quais foram as sobreposições (60) identificadas entre as categorias de *tweets* para que se observasse quais são as mais frequentes e se elas não problematizariam algumas das categorias e das sub-categorias presumidas. Por exemplo, uma notícia sob forma de link não pode ser disponibilizada por meio de mensagem direta (@___) na *public timeline*? Haveria aqui sobreposição entre categorias e sub-categorias. Não seria a conversação uma categoria de forma de acesso para a categoria informação, que, por sua vez, configuraria como uma categoria de natureza do conteúdo no Twitter?

Quanto às apropriações e tipos de capital social e as redes que importam no Twitter, seria interessante reforçar os contrastes ou propor uma ordenação de influência recíproca entre os tipos

de capital social reputação, visibilidade e popularidade e influência, já que todos são conceitos parecem ser interdependentes entre si. Reputação, por exemplo, aparece no texto quase que exclusivamente associada à sub-categoria *tweets* notícia (181) da categoria de *tweets* informacional, sendo que a ocorrência da sub-categoria *tweets* pessoais (149) não está muito distante daquela. Ou seja, as pessoas ainda respondem à questão que deu origem ao Twitter, pelo menos no Brasil, e isso também constrói reputação desses usuários no seu meio social e/ou profissional, na ferramenta ou fora dela, influenciando, talvez, até mesmo a credibilidade de suas fontes.

Frente a isso, parabênizo as autoras pelo extenuante trabalho, cujos insights inspiram inúmeros outros artigos, na sua própria pesquisa e na de muitos de nós do GT Comunicação e Cibercultura.