

Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social¹

Raquel da Cunha Recuero(UCPEL/UFRGS)²

Resumo: O presente artigo busca sistematizar um estudo exploratório sobre as dinâmicas sociais observadas no Orkut, relacionando-as com o capital social percebido pelos usuários no sistema. A partir disso, procura discutir como a interação mediada pelo computador impacta este capital social e gera esses comportamentos coletivos.

Palavras-Chaves: orkut, capital social, dinâmica social.

1. Introdução

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

O conceito de dinâmica social refere-se, neste trabalho, às reações e ações de um determinado coletivo (sociedade) para regular-se, diante das influências do ambiente, dentro de uma perspectiva sistêmica. Neste sentido, Watzlavick, Beavin e Jackson (2000), explicitaram que as relações entre as interações sociais formam “padrões que comunicação” que permitem ao sistema social (ou rede) adaptar-se e gerar comportamentos. A esse comportamento coletivo, que é gerado pelos diversos indivíduos em uma mesma rede social, e que impacta e é impactado pelo sistema social, chamaremos dinâmica. Este trabalho procura mostrar que, a partir da observação desses comportamentos, é possível sistematizá-los e inferir o impacto dos sistemas de interação mediada por computador nos grupos sociais e nas interações entre as pessoas.

¹ O presente trabalho foi com o apoio do UOL - www.uol.com.br, processo número 200503101133.

² Professora da Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas (ECOS/UCPel). Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Pesquisadora vinculada ao Núcleo de Pesquisa em Comunicação (NUPECOM) da ECOS/UCPel e ao Grupo de Estudos de Interação Mediada por Computador (PPGCOM/UFRGS)

2. O Orkut como Rede Social

O objeto deste trabalho é o Orkut, um *software* social³ que alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros. Lançado em janeiro de 2004 pelo Google, a criação de Orkut Buyukkokten apenas permite a entrada de pessoas convidadas por outras pré-cadastradas. Neste sentido, a idéia do sistema era construir uma rede social a partir dos laços já verificados pelos indivíduos na vida concreta⁴.

O Orkut funciona basicamente através de perfis e comunidade. Os perfis são criados pelas pessoas ao se cadastrar, que indica também quem são seus amigos. As comunidades⁵ são criadas pelos indivíduos e podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto).

O Orkut é, ainda, um sistema que proporciona duas formas de interação social mediada por computador: a **interação mútua** (Primo, 1998 e 2003)⁶, que pode ser observada nos posts das comunidades (em estilo de fórum), onde cada um pode escrever o que deseja e receber manifestações em retorno; bem como nos *scrapbooks* dos perfis (uma espécie de caderno de notas, onde é possível deixar recados para os amigos e receber deles recados) e testemunhos; além de mensagens enviadas para uma comunidade ou para alguém em particular (existia inicialmente a opção de envio para os “amigos dos amigos” que foi desabilitada devido ao grande número de *spam* no sistema). A **interação reativa** (Primo, 1998 e 2003) pode ser considerada social quando alguém solicita a outrem que seja seu amigo (pedido de amizade), pedido este que pode ser aceito ou negado unicamente; nas classificações que podem ser dadas aos amigos (que se dá sob a forma de concessão de estrelas, corações e gelos no sentido de “classificar” o amigo – denomina-se *karma*, no sistema - como legal, sexy, confiável e, até mesmo, declarar-se fã do amigo em questão); bem como classificar o indivíduo como “amigo”, “conhecido”, “não conhecido ainda”, “melhor amigo”; e, por fim, no âmbito das comunidades moderadas, quando alguém solicita a entrada e o moderador aceita ou não. Trata-se de reação porque a ação, embora com reflexos

³ O conceito de software social, neste trabalho, refere-se aos sistemas da Internet cujo fundamento principal é proporcionar a interação social.

⁴ De acordo com o próprio “about” do orkut.

⁵ O termo “comunidade” aqui é usado sem a acepção teórica de comunidade virtual. Isso porque, como será explicado adiante no trabalho, não acreditamos que essas estejam presentes no Orkut. Trata-se, unicamente, de usar o termo através do qual o próprio sistema identifica esses grupos.

⁶ A classificação da interação mediada por computador proposta por Primo (1998, 2003) nos é muito útil para que se perceba que mesmo a interação reativa pode ser social em um software como o Orkut. Para o autor, a interação reativa apresenta-se como uma situação de estímulo-resposta, onde não há espaço para a criação e a transformação daqueles envolvidos no processo. Já a interação mútua é aquela onde existe negociação, troca e modificação dos agentes envolvidos, já que ambos participam ativamente da construção das trocas comunicativas. Trata-se de uma visão que contribui para o estudo porque trabalha fundamentalmente com a mediação pelo computador.

sociais, constitui-se unicamente em um apertar de botões, sem que a outra parte possa manifestar-se a este respeito.

Por proporcionar a interação, o Orkut proporciona, também, o surgimento de redes sociais, aqui definidas como um conjunto de dois elementos: **atores** (pessoas, instituições ou grupos) e suas **conexões** (Wasserman e Faust, 1994, Degenne e Forsé, 1999). A diferença é que o Orkut proporciona a interação mediada pelo computador, bem como o estabelecimento e manutenção das relações sociais através de seu sistema.

Este artigo busca observar como se dão as dinâmicas sociais no Orkut, contruídas através da interação social, e como essas dinâmicas são influenciadas pelo capital social. Trata-se de uma pesquisa que teve início em 2005 e que reúne observações sistemáticas e entrevistas com diversos usuários durante todo o período. O presente trabalho, no entanto, é baseado, nos resultados da observação e da sistematização dos fenômenos, bem como em entrevistas em profundidade realizadas com 20 usuários brasileiros do sistema. As observações sistematizadas das dinâmicas observadas foram levadas a campo, onde foram trabalhadas com esses usuários, de modo a perceber como eles vêem o que foi observado. As dinâmicas sociais foram relacionadas ao conceito de capital social e o Orkut será, aqui, apresentado como um sistema que permite às pessoas, prioritariamente, a ampliação de sua rede social e conseqüentemente, o acúmulo de capital.

3. Capital Social

Inicialmente, antes de discutir como as dinâmicas sociais aparecem, discutiremos brevemente o conceito de capital social, que acreditamos ser o grande motor no sistema observado.

O conceito de capital social compreende, a partir da definição de Bourdieu (1983), o conjunto de recursos potenciais que estão presentes nas relações entre as pessoas, associados ao pertencimento a uma coletividade. O capital social está, assim, presente nas relações entre as pessoas. Compreende os recursos coletivos que estão disponíveis a um indivíduo que faz parte de um grupo (Bertolini e Bravo, 2004). Por fim, Gyarmati e Kyte (2004) explicam que o capital social constitui-se no conteúdo das relações sociais em uma rede. Deste modo, pode-se dizer que o capital social emerge das interações coletivas e pode ser transformado pelo indivíduo em outros capitais (Bourdieu, 1983), como econômico ou cultural.

O capital social tem, deste modo, dupla faceta: **coletivo** e **individual**. Diz respeito ao indivíduo, a partir do momento que este é que pode alocar esses recursos e utilizá-los. É coletivo, porque faz parte das relações de um determinado grupo ou rede social e somente

existe com ele. O capital social, portanto, apenas existe enquanto recurso coletivo, mas por ter capacidade de ser alocado e utilizado individualmente, tem este caráter duplo.

O capital social depende ainda de investimento dos indivíduos, como explica Bourdieu (1983: 249). Como uma relação social, que constitui a forma de produção do capital existe através de **investimento e custo** para os envolvidos, o capital social que transita e que é produzido através dela, também depende desses investimentos para que possa ser acumulado nos laços sociais (Gyarmati e Kyte, 2004:3). Sem investimento, os laços sociais tendem a enfraquecer com o tempo, depreciando o capital social de um determinado grupo. Bourdieu explica que a reprodução do capital social também exige um **esforço de sociabilidade**, ou seja, de dispêndio de tempo e energia e de outras formas de capital de modo indireto (por exemplo, capital econômico), (1983:250).

Deste modo, o capital social constitui-se em um **conjunto de recursos** de um determinado grupo, obtido através da comunhão dos recursos individuais, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, e que está baseados na reciprocidade. Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu,1983) e baseia-se no conteúdo delas (Gyarmati e Kyte, 2004; Bertolini e Bravo, 2004).

O acesso ao capital social é a **vantagem última** de fazer parte de um grupo. Por conta disso, os sistemas de comunicação mediada por computador fornecem vantagens fundamentais aos indivíduos, pois superam os paradigmas do território e da presença, permitindo que relações sociais sejam mantidas à distância (Lemos, 2004). Além disso, é possível “construir-se” no ciberespaço, uma vez que as características pessoais não são imediatamente dadas a conhecer (Donath,1998). Com isso, a socialização das pessoas é radicalmente transformada. É possível **desconectar-se da presença física** como empecílio da sociabilidade e reconectar-se aos demais unicamente através da interação mediada pelo computador. No universo do ciberespaço, elementos como reputação, confiança e visibilidade tornam-se importantíssimos para a interação, como bases de relações sociais e de redes sociais, através das quais alguém terá acesso a um determinado tipo capital social (Bertolini e Bravo, 2004).

3.1. Tipos de Capital Social

Mas como se apresenta capital social? Bertolini e Bravo (2004), partem da definição de Coleman (1988), que explica que o capital social é **heterogêneo**, e constroem categorias que constituiriam aspectos nos quais o capital social pode ser encontrado. Essas categorias seriam: **a) relacional** - que compreenderia a soma das relações, laço e trocas que conectam os

indivíduos de uma determinada rede; **b) normativo** - que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; **c) cognitivo** - que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; **d) confiança no ambiente social** - que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; **e) institucional** - que incluiria as instituições formais e informais, que constituem-se na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto.

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

Em outros trabalhos (Recuero, 2005) demonstramos que o capital social encontrado nas comunidades brasileiras do Orkut parece ser, principalmente, de natureza **relacional**, direcionado ao primeiro nível, e não, como se esperaria, institucionalizado. Ou seja, a maior parte da interação que foi encontrada no Orkut, durante este estudo anterior, demonstrou que não havia aprofundamento dos laços e, simplesmente, uma atividade de manutenção. Embora muitos usuários entrevistados tenham salientado a utilização de outros meios para manter o contato social (como o MSN, por exemplo), todos explicaram que a principal função do Orkut seria relacionar-se, encontrar pessoas. Por conta disso, neste trabalho, defenderemos que o capital social relacional é o grande motivador do uso do Orkut e de suas ferramentas para interagir. Dentro desta assertiva, as dinâmicas sociais estão intrinsecamente relacionadas com o acúmulo de capital para indivíduos e grupos.

4. Dinâmicas Sociais

Como já foi explicado, o conceito de dinâmica social está relacionado, de alguma forma, aos comportamentos coletivos observados na rede social. Por conta disso, será

compreendido, neste trabalho, como dinâmica, todo o comportamento coletivo sistematicamente observado no Orkut. A partir desta sistematização, procuraremos discutir como cada elemento observado relaciona-se com o capital social.

4.1. Propagação de Memes

O conceito de meme foi cunhado por Richard Dawkins, em seu livro “O Gene Egoísta”, publicado em 1976⁷. A partir de uma abordagem darwinista, Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme⁸ é o “gene” da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas. Memes são, assim, idéias, análogas aos genes, que se propagam através do caldo cultural.

Um ‘meme de idéia’ pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Darwin, portanto, é o fundamento essencial da idéia de que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem (DAWKINS, 1979, p.217-218).

O estudo dos memes está diretamente relacionado com o estudo da difusão da informação e de que tipo de idéia sobrevive e é passado de pessoa a pessoa e que tipo de idéia desaparece no ostracismo. Blackmore (1999), mais incisiva, define o meme como “*instructions for carrying out behavior, stored in brains (or other objects) and passed on by imitation*”⁹ (p.43). Trata-se de uma forma básica de aprendizado social, através da **imitação**¹⁰. Daniel Dennett (1998), outro defensor da idéia, explica que o meme, um replicador¹¹ análogo ao gene, seria o grande responsável pelo desenvolvimento do cérebro humano, da cultura e da sociedade. Ainda de acordo com Dawkins, memes seriam caracterizadas pela sua longevidade, fidelidade da cópia e fecundidade.

O estudo dos memes é frequentemente relacionado com o estudo dos sistemas complexos, e percebido por muitos, como uma ordem emergente desses sistemas (Johson, 2002; Strogatz, 2003). Seu estudo também já foi relacionado ao das redes sociais na Internet, e especialmente, às redes de weblogs (Adar e Adamic, 2005; Gruhl et al., 2004; Campbell, Fouché e Weiss, 2005; Marlow, 2004). Dentro desta perspectiva os memes são

⁷ A abordagem de Dawkins recebeu inúmeras críticas. O autor é acusado de, com sua teoria, oferecer suporte para os abusos da sociobiologia e dos comportamentos humanos predatórios (Waizbord, 2003).

⁸ Proveniente da palavra grega ‘Mimeme’ (Blackmore, 1999, p.6).

⁹ Tradução da autora: “instruções para realizar comportamentos, estocadas nos cérebros (ou em outros objetos) e passadas adiante por imitação”.

¹⁰ A imitação, que é o fundamento do meme, gera padrões de comportamento, os quais Strogatz (2003) chama de sincrônicos. Para o autor, a sincronia implica em uma ordem emergente, que não é acordada entre as partes do sistema, mas que simplesmente aparece nas interações coletivas, através do surgimento de um determinado ritmo.

¹¹ Replicadores, para os autores, são unidades capazes de, sob determinadas condições, produzirem cópias de si mesmas. Em verdade, referem-se a unidades químicas reais, mas aqui são utilizados de forma análoga.

compreendidos como potencializados pela rede e parte da dinâmica social desses ambientes (Recuero, 2005).

A propagação de memes é uma dinâmica bastante comum no Orkut. De um modo geral, muitos tipos de memes já encontrados em outros sistemas (Recuero, 2006) são “importados” ou readaptados para o Orkut. Deste modo, memes populares, como avisos de vírus, de conspirações das companhias, de pirâmides e modos de ganhar dinheiro sem precisar trabalhar¹² e etc. são muito comuns. Ao mesmo tempo, o Orkut gerou memes novos. Um exemplo é o envio de recados e felicitações através de imagens coloridas (Fig. 1).

Alguns memes são observados unicamente através de comportamentos coletivos. Um exemplo é o uso das comunidades no Orkut. Muitas dessas comunidades, ao invés de utilizadas como grupos para discutir um determinado assunto, são simplesmente elencadas nos perfis como um bótomo, uma forma de construir uma identidade (Recuero, 2004; Fragoso, 2006). Esse uso, popularizado hoje, pode ser observado através da pouca interação que acontece em muitas dessas comunidades (Recuero, 2005), cuja troca de informações é essencialmente inferior à quantidade de pessoas que faz parte do grupo¹³. Outro exemplo deste tipo de comportamento que é compreendido, aprendido e utilizado por outras pessoas é o envio de felicitações e recados no dia do aniversário de cada membro de sua lista de amigos e conhecidos. Os usuários explicam que existe, inclusive, a expectativa do recebimento das mensagens de felicitações.

A presença de memes é relacionada ao capital social, na medida em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo. Por exemplo, as pessoas que espalham os recados com imagens acreditam estar fazendo algo positivo, que deixará aquele que recebeu a mensagem contente. Logo, há intencionalidade na construção/aprofundamento de um laço social, que é ultimamente explicado pela necessidade de capital social. Do mesmo modo, muitas pessoas que espalham mensagens de vírus e informações o fazem com a intenção de auxiliar e mostrar-se bem informadas, o que também pode ser associado à construção de capital social.

¹² Referência a e-mails que normalmente circulam. Avisos sobre vírus que são “pegos” através do Orkut, avisos sobre ladrões de comunidades, de pirâmides de dinheiro e mesmo, de empregos fantásticos são constantemente repassados aos usuários através do sistema de mensagens, recados e mesmo, através das comunidades.

¹³ Dois exemplos seriam as comunidades “Eu odeio acordar cedo” <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=82904> e “Eu odeio a nata do leite” <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=787698>. Embora tenham um tema definido, a maior parte das interações que pode ser observada em ambas, pouco ou nada tem a ver com o tema do grupo, bem como, trata-se de uma quantidade inferior à esperada para comunidades com mais de 10 mil membros, como é o caso.

Trata-se, aqui, de **capital social relacional e de conhecimento**, de acordo com a classificação de Bertolini e Bravo (2004). Utilizando-se da informação propagada, os usuários esperam receber, em retorno, status no grupo. Através do “dar” a informação, pretende-se uma construção de imagem e de importância na rede social (embora isso nem sempre aconteça). Ao mesmo tempo, propagar um meme é também interagir, tentar ampliar e complexificar os laços sociais da rede. Deste modo, o espalhamento de memes é percebido pelos usuários como forma de captar capital social.

Entretanto, muitas das memes não parecem ser espalhadas por conta do capital social. É o caso de memes que são intencionalmente espalhadas com o intuito de desestabilizar um grupo ou criar pânico. Neste caso não parece haver necessariamente um interesse de capital envolvido. Tais casos apareceram de forma minoritária no sistema, mas ainda, digna de nota.

4.2. Competição

A competição é reconhecida por Ogburn e Nimkoff (1950, p. 238) como “a forma fundamental de luta social”¹⁴. A **competição compreende a luta**, mas não a hostilidade, característica do conflito. A competição é observada pelos estudiosos darwinistas (Dawkins, 2001 e Blackmore, 1999; por exemplo) como um elemento não apenas fundamental, mas igualmente essencial para a existência dos sistemas sociais e, portanto, freqüente diante dos agrupamentos humanos. A competição, embora geradora de conflito e cooperação, não implica, necessariamente, em um ou em outro.

Ogburn e Nimkoff salientam que cooperação, competição e conflito não, são, necessariamente, processos distintos e não relacionados. São, sim, fenômenos naturais. O conflito, por exemplo, pode envolver cooperação, pois há a necessidade de reconhecimento dos antagonistas como adversários, como explicam os autores. Esse reconhecimento implica em cooperação. Do mesmo modo, o conflito entre grupos pode gerar cooperação dentro dos mesmos. Além disso, Ogburn e Nimkoff também salientam a importância da competição como condição de cooperação. Para os autores, os indivíduos e grupos podem “*competir para melhorar cooperar*” (p. 242).

¹⁴ Há aqui uma referência ao “estado de natureza” humana de Thomas Hobbes. Hobbes relaciona o conflito às paixões humanas, demonstrando que a existência do Estado é uma necessidade para a continuidade da vida. O autor explica que “O desígnio dos homens, causa final ou fim último – que amam naturalmente a liberdade e o domínio sobre os outros – introduzindo restrições a si mesmos conforme os vemos viver nos Estados, é o cuidado com sua própria conservação e com uma vida mais satisfeita. Enfim, o desejo de sair daquela mísera condição de guerra que é a consequência mais necessária – conforme demonstrado – das paixões naturais dos homens, quando não há um poder visível capaz de manter o respeito, forçando-os, por medo do castigo, ao cumprimento de seus pactos e ao respeito àquelas leis naturais (...)” (p. 127). A competição e o conflito são, para Hobbes, as formas mais fundamentais de processos sociais, já que “o homem só encontra felicidade na comparação com outros homens” (p. 129).

A competição foi observada no Orkut principalmente através de três grandes frentes:

a) Visibilidade Social – Uma das maiores fontes de competição é a visibilidade social. Os usuários competem pela atenção dos demais, seja através da postagem de tópicos, como pelas fotos e conexões. A competição pela visibilidade já foi ressaltada nos weblogs (Recuero, 2006), onde vê-se que há competição pelos comentários e pela confiança dos leitores e, de acordo com Haylighen (1994), pelos *links*. Do mesmo modo, no Orkut, há competição por aparecer em meio a tantos perfis e receber conexões, de modo a tornar-se **mais popular**. Embora diversos usuários tenham afirmado que não competem pela popularidade, todos concordaram que existem usuários que o fazem. Essa competição dá-se de forma mais sutil, ou seja, através da escolha das fotos que aparecerão para os demais, através do uso de recados e mensagens coloridos. Quando muitas pessoas mandam recados, é preciso destacar-se de alguma forma, de forma a conseguir ser “visto”.

Como se vê na figura, cores e bichinhos são utilizados também como forma de “destacar” o recado em meio aos demais recados e mensagens enviados. É também uma forma de competição pela visibilidade no sistema.

Dentro deste tópico, poderiam ainda ser incluídos ainda aqueles que “clonam” comunidades famosas, com o intuito de conseguir um pouco de visibilidade como moderador.

b) Status/Reputação – Outra forma de competição que é verificada com facilidade é a competição pelo status social. Convites para que os usuários entrem em novas comunidades aparecem todos os dias e há comunidades, inclusive, para discutir como isso pode ser feito.

VAMOS LOTAR NOSSAS COMUNIDADES!!! 9/8/2005 7:35 AM¹⁵

Isso porque ser dono de uma “grande” ou importante comunidade representa uma forma de status social. Há, inclusive, comunidades restritas unicamente a moderadores de grandes comunidades¹⁶. Outro evento que evidencia o status de possuir uma comunidade é o roubo de comunidades¹⁷, que é alvo de constantes e desesperados pedidos de ajuda por parte dos usuários.

Roubaram minha comunidade 9/8/2005 7:53 AM
ae galera conto com a ajuda de vcs!! perdi minha comunidade EUTOCAVA A
CAMPAINHA E CORRIA
POR FAVOR ME AJUEM.¹⁸

¹⁵ Tópico da Comunidade (<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=2208472&tid=23311271&start=1>)

¹⁶ Panelite - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=643449> ; Moderadores Grande Comunidades - <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=873545> entre outros exemplos.

¹⁷ O primeiro “grande” roubo, através de um golpe simples, criado pelo usuário Vinicius K-Max foi, inclusive, notícia em vários veículos (<http://www.infoguerra.com.br/infonews/talk/1105149979,29493,.shtml>; http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=2286; http://www.diariopopular.com.br/23_04_05/ir140403.html e etc.), tamanho o transtorno que causou aos donos, que, revoltados, criaram uma comunidade para discutir o fato.

¹⁸ Tópico da Comunidade Panelite - <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=873545&tid=23313214>

Pegar minha comu de volta !!! 4/5/2006 7:07 PM
Por favor alguém sabe algum jeito de recuperar uma comu ???
Ja vi genet q pegou comu sem ter sido dada...Alguem pode me ajudar ?¹⁹

Ter uma grande comunidade é também um **reconhecimento de status** por parte dos próprios usuários. Muitos usuários que possuem comunidades afirmam, também, receber pedidos, inclusive, de compra das mesmas.

Essa competição também é visível, embora não de forma tão expressiva, no karma (qualificações que os usuários dão uns aos outros) e no número de fans. Muitos usuários também afirmam receberem pedidos para aumentar o karma de amigos e conhecidos, bem como de fãs. Há, também, comunidades para o assunto²⁰.

O status também se dá pela popularidade, ou seja, pelo número de amigos, igualmente evidenciada por diversas comunidades²¹. Embora exista um limite para a quantidade de conexões, muitos usuários criam diversos perfis de forma a burlar o sistema. O mais notório desses perfis é o do usuário Roger Jones²², que chega a ter 11 perfis²³ em seu nome. O usuário tornou-se, de tal forma, um mito, que diversas comunidades foram criadas para discutir sua existência e motivação²⁴. Embora o usuário tenha utilizado sua popularidade para promover um livro que lançou, isso evidencia como as conexões do sistema, mesmo independentes de interação, podem ser transformadas em capital social.

A competição relaciona-se diretamente ao capital social, na medida em que ela existe **porque** as pessoas desejam ter **mais acesso** ao mesmo. Ter a maior comunidade, ter um perfil muito bem relacionado implica em ter acesso a mais redes diferentes e, portanto, a diferentes tipos de capital, seja ele de primeiro ou segundo nível. O primeiro ganho da competição na rede é, certamente, de **capital relacional**, mas que imediatamente pode fornecer acesso a outros tipos de capital em grupos diferentes. A competição no Orkut pode ser compreendida, em última análise, como uma competição pelos recursos sociais, que é imediatamente decorrente do grau de importância de cada indivíduo na rede, como ele é percebido pelos demais.

¹⁹ Tópico da Comunidade Panelite -
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=873545&tid=2457288375025187743&start=1>

²⁰ Comunidade “Karma para Todos” <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=484738>, “Escambo de Karma” <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=62293> e comunidade “Eu amo meus fãs” <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=178747>. Todas explicitam a troca de “favor” entre os integrantes já na descrição.

²¹ Por exemplo, a comunidade “Eu quero ter um milhão de amigos” (<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=57981>).

²² <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=10411913000258962067>

²³ Dados de janeiro de 2006 – exemplo: <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=5720173809737625890>

²⁴ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=58837>, <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=63661>, <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=78628> entre outras.

4.3. Cooperação e Conflito

A cooperação é o processo formador das estruturas sociais. Sem cooperação, no sentido de um agir organizado, não há sociedade. A cooperação é, pois, essencial para a estrutura social, embora não seja o único processo que pode construí-la.

Quando os homens trabalham juntos, tendo em vista um objetivo comum, seu comportamento é chamado cooperação. Quando lutam um contra o outro, a conduta é rotulada oposição. Cooperação e oposição constituem os dois processos básicos da vida em grupo (Ogburn e Nimkoff, 1950, p. 236).

Os autores salientam a presença da cooperação e do conflito (oposição) como as dinâmicas sociais mais básicas de todos os grupos sociais. Redes sociais, por serem dependentes da interação, portanto, deveriam conter em si tanto o conflito como a cooperação. A cooperação, por exemplo, pode ajudar na manutenção de uma estrutura social, como uma comunidade virtual. Já o conflito pode desestabilizar uma estrutura e mesmo provocar uma ruptura. Cada um desses processos tem, assim, impacto diferenciado na estrutura social. Enquanto a cooperação é essencial para a criação e a manutenção da estrutura, o conflito contribui para o desequilíbrio.

Tanto o conflito, como a cooperação, foram observados com frequência no Orkut. O conflito é evidente nos roubos de comunidade, como foi relatado anteriormente, bem como em invasões de perfis para provocar. Um usuário contou de invasões que recebeu, bem como de brigas que surgiram em meio a comunidades das quais participava. Outros, ainda, ressaltaram o caso de amigos que saíram do sistema por conta de brigas e conflitos com comunidades e outros grupos. A cooperação, por outro lado, pode ser verificada, por exemplo, no espalhamento de memes. Dar credibilidade a uma informação ou comportamento e repetí-lo é uma forma de cooperar, ainda que, talvez, não de forma intencional.

As dinâmicas de cooperação podem ser associadas à busca de capital social de segundo nível, ou seja, como uma forma de institucionalizar as relações e aprofundar laços sociais. Já as dinâmicas de conflito, por outro lado, implicam em um exacerbamento da competição cercado pela hostilidade. Representam competição pelos recursos do grupo, pela visibilidade, mas de forma a romper laços e criar novos laços para obtenção do capital social.

As dinâmicas aqui explicitadas e analisadas não esgotam o assunto das dinâmicas sociais no Orkut. São, apenas, exemplificativas para a discussão que se seguirá no próximo tópico.

5. Capital Social e Dinâmicas Sociais: Conclusões

Como se procurou demonstrar no capítulo anterior, as dinâmicas sociais observadas no Orkut estão associadas à **busca pelo capital social**. Definindo o capital social como o conjunto de recursos resultante do conteúdo das trocas sociais na rede, que possui aspectos coletivo e individual de modo simultâneo, ele também é diretamente relacionado à capacidade de interação social de um grupo e de seus laços sociais. O que percebeu-se aqui é que o principal capital social que pode ser encontrado no Orkut relaciona-se com o relacional (fazer parte da rede) e de conhecimento.

Além disso, a busca pelo acesso aos recursos dos grupos que utilizam o sistema é o principal motor das ações das pessoas, gerando dinâmicas sociais específicas e frequentes. A própria disputa pelo capital social pode gerar ruptura e mesmo a saída dos indivíduos do sistema, bem como a cooperação para angariar mais conexões, e conseqüentemente, mais capital.

O capital social, no Orkut, entretanto, não se encontra inteiramente dependente da **interação mútua** (Primo, 1998), ou seja, das relações sociais dos indivíduos. Como é possível gerar conexões pelo simples apertar botões (interação reativa, segundo Primo), muitos usuários passam a ter acesso ao capital do grupo sem precisar investir o tempo e o esforço na construção dos laços sociais. Foi o caso do usuário Roger Jones, explicado no capítulo anterior. Por ir adicionando pessoas de forma indiscriminada, sem interação, o usuário foi construindo uma rede social artificial. No entanto, conseguiu ter acesso ao capital social do grupo, divulgando seu livro e obtendo retorno como fama e status, a partir das comunidades direcionadas a seu respeito.

No Orkut, o capital relacional e de conhecimento parece estar disponível sem a **necessidade direta de interação mútua**, mas unicamente de adicionar pessoas e entrar em comunidades. Por conta disso, as dinâmicas mais ressaltadas são meramente relacionadas ao capital relacional, de primeiro nível. Já o capital social de **segundo nível**, que necessita de maior institucionalização, é **raramente percebido pelos usuários** no sistema, definido por muitos como uma mera “lista” de pessoas. Isso porque, este capital, como ressaltado por Bertolini e Bravo (2004), necessita de investimento e não pode ser reproduzido no Orkut.

A grande mudança que parece ser percebida pela mediação do computador é o acesso ao capital social independentemente das interações mútuas, normalmente aquelas que são mais essenciais para o estabelecimento de laços sociais no plano offline.

O presente estudo procurou identificar dinâmicas sociais no Orkut e relacionar tais dinâmicas com elementos considerados essenciais, como o capital social e a interação mediada pelo computador. Como resultado, foi possível identificar que as dinâmicas mais

freqüentes estão relacionadas à disputa pelo capital social do sistema, que independe da interação mútua.

Tal fato parece atentar para o interesse social no Orkut: a dispensa da necessidade de investimento em laço sociais e sua manutenção, para que se tenha acesso ao capital social dos grupos ali presentes.

Outras análises futuras poderão lançar mais luz sobre o que foi discutido neste trabalho, restrito a um grupo de entrevistas e à observação de campo.

Referências:

ADAR, Eytan e ADAMIC, Lada. *Tracking Information Epidemics in Blogspace*. Disponível em <http://www.cond.org/trackingblogepidemics.pdf>. Acesso em 05/12/2005.

BARABÁSI, Albért-László. *Linked: How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life*. New York: Plume, 2003.

BARBROOK, Richard. *Meme Critique*. Disponível em <http://www.acc.at/meme/symp/contrib/barbro.html>. Acesso em 12/08/2005.

BERTOLINI, Sandra e BRAVO, Giacomo. **Social Capital, a Multidimensional Concept**. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em 17/10/2004.

BJARNESKANS, Henrik, GRONNEVIK, Bjarne e SANDBERG, Anders. *The Lifecycle of Memes*. Disponível em <http://www.aleph.se/Trans/Cultural/Memetics/memecycle.html>. Acesso em 12/08/2005.

BLACKMORE, Susan. *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

_____. *The evolution of the meme machine*. Trabalho apresentado no International Congress on Ontopsychology and Memetics, Milão, 2002. Disponível em <http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/Ontopsych.htm>. Acesso em 06/12/2005.

BLOOD, Rebecca. *The Weblog Handbook*. Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002.

BOYD, Danah. *Friendster and Publicity Articulated Social Networkind*. Conference on Human Factors Computing Systems (CHI, 2004), Vienna, Abril, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **The Forms of Capital**. Originalmente publicado em “Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital” in *Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2)*. (pp. 248-257) Tradução de Richard Nice. Disponível online em <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/resources/03.html>>. Acesso em 15/07/2004.

CAMPBELL, Susan; FOUCHÉ, Sandro e WEISS, Kenneth. *Blogscape: Cartography on Social Networks*. Disponível em <http://www.wam.umd.edu/~susanc/blogscape/>. Acesso em 12/12/2005.

CARVALHO, Rosa Meire. *Diários Íntimos na Era Digital. Diários Públicos, Mundos Privados*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Bahia, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf>>.

DAWKINS, Richard. *O Gene Egoísta*. (1979) Coleção O Homem e a Ciência, volume 7. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia, 2001.

DENNETT, Daniel. *The Evolution of Culture*. Disponível em http://www.edge.org/3rd_culture/dennet/dennet_p2.html Acesso dia 12/08/2005.

FLORA, Jan L. **Social Capital and Communities of Place**. In: *Rural Sociology*, 63., 1998. p. 481-506. Disponível em < http://poverty.worldbank.org/files/4183_flora1.pdf>. Acesso em 05/04/2004.

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

GRANOVETTER, Mark. *The Strength of Weak Ties*. In: *The American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6, Maio de 1973. (p. 1360-1380)

GYARMATI, David e KYTE, Darrel. **Social Capital, Network Formation and the Community Employment Innovation Project**. In: Policy Research Initiative, Volume 6, Number 3. Disponível em <http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3_art_05>. Acesso em 04/05/2004.

GRUHL, D et. al. *Information diffusion through Blogspace*. Anais da WWW2004, May, 2004. New York, USA. Disponível em: <http://www.www2004.org/proceedings/docs/1p491.pdf>. Acesso em 12/12/2005.

HEYLIGHEN, F. *Memetics*. Disponível em <http://pespmc1.vub.ac.br/MEMEREP.html> Publicado em 1994. Acesso em 05/08/2005.

LEMONS, André. *A Arte da Vida: Diários Pessoais e Webcams na Internet*. Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Sociedade Tecnológica No X Encontro da Compós, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/tics/2002/andrelemos.html>>. Acesso em 20/05/2003.

MARLOW, Cameron. *Audience, Structure and Authority in Weblog Community*. Disponível em <<http://overstated.net/media/ICA2004.pdf>>. Acesso em 03/05/2004.

MARSHALL, Garry. *The Internet and Memetics*. Disponível em <http://pespmc1.vub.ac.br/Conf/MemePap/Marshallhtml> Acesso em 12/08/2005.

MAYFIELD, Ross. *Social Network Dynamics and Participatory Politics*. In: LEBKOWSKY, Jon e RATCLIFFE, Mitch, *Extreme Democracy*, 2005. (pp.116-132). Disponível em <http://www.extremedemocracy.com/>. Acesso em 12/12/2005.

OGBURN, W. F. & Nimkoff, M.F. *Sociology*. 2. ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 1950.

PRIMO, Alex. *Interação Mútua e Interação Reativa: Uma proposta de Estudo*. Trabalho apresentado no XXI Congresso da Intercom em setembro de 1998. Recife, PE. Disponível em <<http://usr.psicoufrgs.br/~aprimo/pb/intera.htm>>. Acesso em 06/01/2005.

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

PRIMO, Alex e RECZEK, Ana. *A conversação na comunidade de blogs insanus*. Anais do XXVIII INTERCOM, em setembro de 2005, no Rio de Janeiro. (2005)

PRIMO, Alex e RECUERO, Raquel. *Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia*. Outubro de 2002. Disponível em http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto_cooperativo.pdf. Acesso em 12/12/2005.

RECUERO, Raquel. *Webrings: As Redes de Sociabilidade e os Weblogs*. Revista Sessões do Imaginário, da Famescos/PUCRS. Porto Alegre, 2004.

_____. *Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais*. Revista 404notfound - Revista Eletrônica do Grupo Ciberpesquisa. Edição 31, agosto de 2003. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404notfound/404_31.htm>. Acesso em 22/11/2005.

_____. *Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais*. Revista E-Compós, volume 2, abril de 2005. Disponível em http://www.assimcomunicacao.com.br/revista/documentos/abril2005_recuero.pdf. Acesso em 12/12/2005.

SIBILIA, Paula. *Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica*. XI encontro da Compós, 2003. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/tics/2003/body_sibilia_2003.htm>.

SPIVACK, Nova. *A Physics of Ideas: The Physical Properties of Memes*. (2004) Disponível em <http://www.mindingtheplanet.net>. Acesso em 05/12/2005.

STROGATZ, Steven. *Sync. The emerging science of spontaneous order*. New York: Theia, 2003.

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

WATZLAVICK, Paul, BEAVIN, Janet e JACKSON, Don. **Pragmática da Comunicação Humana**. São Paulo: Cultrix, 2000. 11ª. edição.

WAIZBORT, Ricardo. *Dos Genes aos Memes: A Emergência do Replicador Cultural*. Episteme, Porto Alegre. Número 16, p.23-44, jan/jun. 2003.

WELLMAN, Barry *et. al.* *The Social Affordances of Internet for Networked Individualism*. In: Journal of computer Mediated Communication, V. 8 Issue 3, (2003). Disponível em <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol8/issue3/wellman.html>>. Acesso em 23/03/2004.

WELLMAN, Barry. *Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking*. Fevereiro de 2001. *International Journal of Urban and Regional Research* 25, 2 (2001): 227-52. Disponível em: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>>. Acesso em abril de 2004.

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