

O paradoxo do método mediante  
a reputação: um estudo sobre  
relações de poder no  
trabalho colaborativo  
em comunidades virtuais:

Cacau Freire

**Artigo realizado como exigência parcial para a conclusão da disciplina: A Informação Eletrônica em Questão: Pensadores do Ciberespaço/2007 – ministrada pela Prof. Dra. Beth Saad no curso de Pós-graduação em Comunicação Social. Área: Interfaces Sociais da Comunicação. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.**

Cacau Freire é bolsista pelo CNPq e aluna regular do Programa de Pós-graduação do curso de Comunicação Social da ECA/USP. Nível: mestrado. Área: Interfaces Sociais da Comunicação. Linha de Pesquisa: Educomunicação. Contato: [freire.cacau@gmail.com](mailto:freire.cacau@gmail.com)  
<<http://cacaufreire.wordpress.com>>

**Resumo:** Este artigo discute algumas possíveis metodologias para a abordagem do tema relações de poder no trabalho colaborativo desenvolvido em comunidades virtuais. Focado no ator e na sua ação social a favor do envolvimento em comportamentos coletivos ou não, propõe modelos de análise baseados em limiares de decisão, power laws, ego approach e análise do discurso.

**Abstract:** This article suggests some approaches to collecting data in a research about the constructions of power relationships during a collaborative work in a virtual community. The focus is on actors and in his social action, starting with the decision of being involved or not in a collective behavior. The presented models of methodology are the thresholds of collective behavior, the ego approach and the discourse's analysis.

**Objetivo:** apresentar metodologias possíveis para a abordagem das relações de poder em comunidades virtuais levando em consideração a característica de comportamentos emergentes.

**Metodologia:** seleção de autores que tratam primeiramente a análise do ator e suas possíveis decisões segundo critérios de tempo e espaço na comunidade virtual, bem como o discurso produzido na rede.

**Conclusão:** Não é o nosso consenso que faz com que trabalhem juntos, mas a organização e a nossa disposição na rede social que influenciam as nossas atitudes mediante decisões que tomamos a favor do comportamento coletivo ou não. As hierarquias geradas em comunidades virtuais são emergentes e têm como característica o critério da reputação. A construção desse critério, em uma determinada comunidade virtual, pode ser desvendada através da análise da produção discursiva do ator na rede durante o desenvolvimento do trabalho colaborativo ou em episódios sociais.

## 1. Como os links perturbam o social.

" *Investigate my life,  
shine upon the darkness place in me,  
when I go and I return... investigate,...  
excavate, **we create**...  
fly away...*"

Os versos acima fazem parte de uma canção composta pelo Delirious?<sup>1</sup> no ano de 2004. Ao lê-los, ainda que não conheçamos a música, percebemos um certo incômodo, "strangeness".

Esta parte da canção, especificamente, refere-se a uma necessidade, a um pedido de investigação. Há um sentimento profundo de angústia: a angústia do ator em relação ao coletivo. Algo precisa ser investigado, escavado, talvez transformado, para que se possa alcançar o "we create".

Observo essa mesma angústia ao lidar com artigos e estudos da pesquisa sociológica a partir do momento histórico da adoção do conceito de rede<sup>2</sup> como equivalente da prática social contemporânea. Trata-se de um incômodo que repousa sobre o nosso modo de viver, de realizar o nosso trabalho e de resolver nossos problemas.

Refiro-me ao modo de viver no qual a web ocupa um lugar real, onde as pessoas aprendem, se relacionam, fazem negócios<sup>3</sup>. Essa rede de convivência imanente está carregada de links que nos revelam quem somos, queiramos ou não. São nossas atitudes e decisões expressas na rede.

Os projetos que desenvolvemos, as reuniões que participamos, nossos amigos, fotos, dados, tudo a nosso respeito está registrado, possível de ser acessado. Somos links

---

1 [www.delirious.co.uk/](http://www.delirious.co.uk/)

2 Conceito de rede: em 1963, Harrison White tornou-se professor de sociologia do Harvard Department of Social Relations, liderando o que foi chamado "Harvard Revolution" in social networks, a expansão da idéia de redes sociais. Nesse artigo adotaremos o conceito de redes sociais como as características específicas das interações entre os atores através de tecnologias da comunicação.

3 LEVINE, Rick; LOCKE, Christopher; SEARLS, Doc; WEINBERGER, David. (2000) *The cluetrain manifesto: the end of business as usual*. Cambridge:MA : Basic Books.

(Dimantas, 2006) dispostos na ordem do sistema. Quem faz a web inteligente são as pessoas ao relacionarem os links, ao se relacionarem.

Há um ano desenvolvendo uma investigação sobre o tema relações de poder em trabalhos colaborativos mediados percebo que, para além da exposição na rede, há algo de intrigante na organização dos links cujo estudo se iniciou, principalmente, a partir da década de 80. Nesse tempo, a ambição científica foi marcada pela busca por modelos matemáticos de explicação sobre como os atores negociavam suas preferências num ambiente de rede.

Os atores, como os links, perturbavam a estrutura social a ponto de modificá-la sob determinado aspecto. Havia algo sobre colaboração e engajamento social nos relacionamentos que merecia ser explicado.

Parece que estes estudos procuravam descobrir uma norma que prescrevesse sob que proporção somos capazes de afetar os outros seres humanos, modificando a realidade, nas atividades cotidianas através de um trabalho que desenvolvemos em conjunto.

Qual o limiar entre a minha decisão a favor ou não do coletivo. Como os meus desejos, intenções e ações são capazes de guiar os meus relacionamentos de maneira que eu possa trabalhar de maneira colaborativa. Há aqui uma disputa entre o contido e o livre, entre a vontade pessoal e a potencialidade de projetos e sonhos.

A maioria desses estudos privilegiou temas tais como: manifestações sociais, greves, multidões, trabalho social organizado através de Ongs, iniciando a análise a partir do ator e das diversas variáveis que poderiam influenciar em suas decisões ou mudanças de comportamento.

A descoberta desse algo intrigante, obscuro, desse gap que poderíamos inicialmente chamar de motivações, intenções, capazes de gerar ações sociais em conjunto, se há alguma explicação, algum método de abordagem, tentativas para se medir, é o que interessa neste artigo.

## 2. Poder, conversação, poderes e a origem de um paradoxo.

A Internet<sup>4</sup> onde vivem as comunidades virtuais<sup>5</sup> (Rheingold, 1993) é um meio<sup>6</sup> (Lessing, 2006) de multidão. Nele a coletividade se expressa através da ação social (Weber, 1999) de indivíduos autores conectados uns aos outros.

A web é multidão (Negri, 1993) à qual não se aplica mais o adjetivo de unidade, mas que deve ser observada por sua imanência, multiplicidade e conectividade. Multiplicidade de corpos, inteligências e vontades, partes que se conectam umas às outras formando um todo até o infinito.

Essa multidão também se manifesta em diversas formas, não homogêneas, assim como a massa e suas variações: abertas, fechadas, de acossamento, de fuga, de proibição, de inversão, como malta, massas sobreviventes. Em Canetti (1995) encontramos uma metáfora da organização da sociedade e da força imanente da multidão que se dissolve e se reconstrói em propósitos, buscas, ações.

Diferente dos veículos de comunicação de massa a web é uma miscelânea (Weinberger, 2007) de assuntos, opiniões, inteligências, vontades, pessoas que se comunicam, trocam idéias. Na web acaba-se adquirindo outras formas de vantagens que não as esperadas. Tudo muda a todo instante.

Imersos na rede, somos surpreendidos nas buscas, nos links, nos contatos por pedaços de inúmeras coisas. (Weinberger, 2003). Algumas importantes para o nosso trabalho, outras apenas importantes para o nosso próprio prazer. Conteúdos úteis, divertidos, inúteis, impróprios, existentes, inexistentes, erros. Nesse meio, pessoas conseguem se relacionar através da tecnologia, tocar arquivos, conhecimentos, formar movimentos, tribos, ações que acontecem fora da Internet. (Rheingold, 2003)

Pessoas que conhecemos são agregadas ao nosso programa de bate-papo sem sabermos, já outras, fazemos questão de convidar. Vírus e spam são os responsáveis pelo envio de arquivos provocantes. Qual o objetivo da web? Pra que ela é útil? Ela pode

---

4 Internet, web, ciberespaço, rede mundial de computadores, net, rede: neste trabalho não faremos diferenciação entre esses termos considerando todos como sinônimos.

5 *Virtual Communities* are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.

6 Lawrence Lessig: assertiva de que web é meio, mídia e não um lugar ou local.

ser o que os seus agentes quiserem que ela seja. Desde o termo web 2.0 (Primo, 2006) cada vez mais os usuários se tornaram atores nas redes social e virtual à qual pertencem “ação e cognição” (Latour, 1987), utilizando desse meio para diferentes fins.

A Internet é, sobretudo, pervasiva. Nela o conhecimento também se torna híbrido, sem fronteiras, múltiplo. “Artigos híbridos que delineiam tramas da ciência, política economia, direito, religião, técnica, ficção. (...) Toda cultura e toda a natureza são diariamente reviradas aí”. (Latour, 2005).

Uma rede de conhecimentos que inclui diversos formatos, na qual aprendemos, brincamos, e que exige de nós novas formas de leitura e visão sobre a aprendizagem. (Barros, 2006).

Dentre as diversas formas de se gerar intangíveis, riquezas de maneira mais inteligente, as comunidades virtuais são precursoras. A cultura digital é a cultura dos filtros, da seleção, das sugestões e dos comentários. (Costa, 2003).

As comunidades virtuais funcionam como agentes inteligentes pelos simples fato de construírem conhecimento de maneira colaborativa. Uma das formas de poder apresentadas por essas comunidades é o poder que têm sobre a escolha dos indivíduos que participam ou que são meros observadores delas. Esse é o poder de uma multidão de opiniões sobre determinado assunto. Incoerente não dizer que mereça algum tipo de investigação.

Motivos para fazer parte de uma comunidade virtual vêm da necessidade de as pessoas se situarem no dilúvio informacional que tomou conta de nossa sociedade. “ Compartilhar zonas de conhecimento, gostos, preferências, onde o que importa é saber que outras pessoas anônimas mas situadas em constelações de sentido próximas à nossa podem, de algum modo, colaborar conosco”. (Costa, op. Cit.)

A descentralização do poder da informação e formação de opiniões através de comunidades virtuais é observada quando mencionamos a produção jornalística independente através dos blogs<sup>7</sup>. Além de ser uma forma de investimento “afetivo, imaginário, intelectual” (Costa, op. cit.) neles, o conhecimento se transformou em uma rede de relacionamentos muito mais poderosa e influente que a mídia oficial.

---

7 Costa, 2003: Blogs de weblogs (diários da web). O primeiro surge em 1997 por Jorn Barger: [www.robotwisdom.com](http://www.robotwisdom.com) há dez anos!

Um comentário, uma sugestão, expõe visitas e vizinhos, pontos de vista, preferências, (Costa, op. cit.) formam redes de relacionamentos com um contato freqüente que exige atenção e dedicação. O fato de constituírem uma visão crítica de cada autor aliado ao poder deliberado que cada um tem para publicar para todos inverteu totalmente a situação dos jornais e meios de comunicação de massa. Mas o mais interessante é como essa individualidade tornou-se uma fonte de referência construída através de uma nteligência coletiva (Lévy, 2003).

A revolução da informática, gera "uma diferenciação social produzida por micropoderes, por ações de grupos ativistas" (Lemos, 1993) que visam à apropriação da tecnologia com sua dimensão técnica e simbólica incluindo um desvio, nas lacunas programadas, desconstruindo, aprendendo, criando novos usos e despertando a noção de liberdade. Este é o estilo atual da cibercultura.

Desde a sua criação a web configurou diversas finalidades. Hoje as finalidades mudam de acordo com as ações dos agentes. A web não foi criada para fazer negócios (Dimantas, 2003), mas muitos a vêem assim e investem em softwares, pesquisas, a fim de gerar riquezas.

Há mais de vinte anos a web tem se mostrado como um local onde são gerados intangíveis que rapidamente se transformam em tangíveis desejáveis e invejáveis. Isso se deve ao fato de que as pessoas estão ali. As pessoas são a web. Onde há pessoas agindo, são formadas influências sociais, há transformações econômicas.

Os atores são capazes de utilizar os mesmos procedimentos que servem à escravidão para ampliar suas liberdades. (Antoun, 2002). Essa potencialidade tão coletiva quanto subjetiva forma uma organização fazendo com que qualquer ponto se conecte ao outro em qualquer momento.

Apesar das tentativas didáticas é impossível categorizar essa multidão em nichos ou tipos. Ela é móvel, emerge em forma de subculturas. Sua base está na relação e na conversação. Desde as primeiras considerações de Rheingold (op.cit.) é ressaltado um "ecossistema de subculturas, umas frívolas, outras sérias", onde nunca se está livre de conflitos que não deixam de ser altamente produtivos para os indivíduos e para a comunidade.

Pensando nessa realidade, ao propormos um estudo sobre as comunidades virtuais precisamos encontrar uma metodologia de pesquisa cujas variáveis possam perceber

essa realidade móvel, múltipla. Aqui está a origem do paradoxo. Como medir o vazio, entre o espaço de tempo do ator até o momento em que se torna multidão? Até o momento em que ele e os demais decidem se envolver e trabalhar de maneira colaborativa? E como medir nessa organização do trabalho um processo de formação de hierarquias?

O paradoxo, o incômodo, nasce a partir da noção da complexidade da organização social, que não mais se movimenta a partir de uma regra de oferta e demanda, mas sim pelas inúmeras variáveis, possibilidades de ações que cercam o indivíduo. Ou seja, a forma de organização social se tornou um desafio para tanto para a economia tanto quanto para a sociologia.

A partir da década de 70 em diante, outros estudos na mesma perspectiva de influência da sociedade na economia, vitalizando o conceito das redes sociais nos aspectos econômicos (Granovetter, 2000) e nos campos do conhecimento (Latour, op. cit.) surgem abordando a descentralização do poder do político e econômico, questionando a maximização da racionalidade dos indivíduos na hora de fazer escolhas, privilegiando as influências da vida em rede e relações sociais. O indivíduo age, mas não de maneira isolada. Sua ação nem sempre é racional. Mas é certo que sua ação social influencia o comportamento dos outros. (Swedberg, 1998).

Granovetter (1995) traçou um estudo interessante no qual comprovou que a oferta e a demanda de emprego nos EUA era alterada não apenas por tendências do mercado, mas na rede social formada por conhecidos (pessoas que nem eram tão próximos assim), cujo link representava uma potencial transformação da realidade que se concretizava a partir do momento em que empregados e empregadores acionavam elos sociais em busca de solução de seus problemas.

Uma rede social e informativa permeava essa busca e era responsável por estabelecer critérios próprios, não apenas racionais e objetivos, na seleção de um emprego. Um aspecto importante da análise de Granovetter (op. cit.) é que, ao abordar as redes sociais, ele descentraliza os acontecimentos sociais da influência do Estado, colocando-os nas mãos dos indivíduos, de suas ações sociais na rede de relacionamentos.

A Internet catalisou as relações sociais e obrigou o mercado a apreender novas formas de fazer negócios. Principalmente porque ela é uma fonte de inovações. Esse diferencial emergiu na economia e obrigou o reconhecimento por parte dos economistas de que aquilo que era antes considerado como uma movimentação paralela passasse a ser visto

como principal agente da economia atual.

A emergência de uma economia de informação em rede (Benkler, 2006), descentralizada, influencia toda a produção social e torna-se uma parte mais importante do mercado de maneira que nunca havia sido vista nas democracias modernas.

Novamente aqui retoma a noção do potencial do indivíduo, sua ação social e sua capacidade de criar informações e conhecimento, torná-las públicas em um sistema fora do mercado, o que significa partir de ações sociais individuais não orientadas especificamente para os interesses do mercado, mas de maneira colaborativa.

Quando se fala em conversação (Dimantas, 2006) leva-se em conta o comportamento das pessoas. É exatamente um esquema não-mercadológico baseado no potencial principalmente da Internet em multiplicar essas conversações. As pessoas possuem mais conhecimento sobre as empresas e os produtos que as próprias empresas. Muitas delas têm medo de seu público ou estão formando comunidades para procurar entender o que anda acontecendo nos sistemas paralelos de comunicação.

## **2. Métodos de análise do paradoxo**

Admitir um tema de estudo como relações de poder no trabalho colaborativo em comunidades virtuais é assumir o paradoxo. Através de pesquisas sobre de comportamentos sociais coletivos percebe-se que não iremos encontrar as relações de poder hierárquicas tradicionais. Isso se dá pela forma como o conhecimento passou a ser compartilhado na sociedade.

Há algumas décadas, fazer um mapa do conhecimento era fácil, organizá-lo e subjugar-lo aplicando rigorosos métodos históricos de classificação e análise construía-se uma enciclopédia respeitável, referência inquestionável. Mas, atualmente, cada ator na rede pode classificar o seu próprio conhecimento segundo uma ordem de prioridades que lhe interessam, segundo preferências pessoais.

'Taggear' (Wheinberger, 2007) tornou-se um verbo essencial para a organização cotidiana do nosso campo de saber. Para realizarmos um trabalho coletivo precisamos compartilhar o que sabemos, buscar coisas, acontece que essa interação é múltipla e depende da vida de cada um, gostos e preferências.

A web permitiu o desenvolvimento dessa forma pessoal de organização do conhecimento que pode ser acessada, modificada, ampliada por qualquer um. Trata-se de uma ação

coletiva inteligente. (Costa, 2004). Esse é o poder que a internet permitiu. Ou melhor, a possibilidade de realização de uma *vontade de poder*, como a essência da vida, "primazia fundamental das forças espontâneas, agressivas, expansivas, criadoras de novas formas, interpretações e direções, forças cuja ação necessariamente precede a 'adaptação'" (Nietzsche, 1998) palavra tão comum quando se fala em processos de aprendizagem.

Sabe-se que trabalhos realizados através da internet ou em rede possuem uma dimensão triádica (Gotved, 2006) que envolvem o ser, a coisa e o símbolo, dispostos em uma organização espacial e temporal. Em comunidades virtuais, respectivamente, podemos dizer que o ser refere-se ao grupo de pessoas que tomaram a decisão de trabalhar em conjunto, coisa refere-se à tecnologia ou aos meios de comunicação utilizados na produção e nas relações sociais, e o símbolo refere-se à produção, trabalho efetivo desse grupo de pessoas.

O resultado dessa tríade gera riqueza e transforma a realidade social. De modo geral, a falta de indicadores (Pathfinder, 2005) que possam medir o grau de envolvimento nas relações sociais e sua influência na economia é mais um motivo de discussão sobre a necessidade ou não de criação de novos critérios capazes de avaliar o que está sendo gerado em rede.

Apesar das inúmeras pesquisas publicadas sobre comunidades virtuais, muitas delas possuem como objetivo apresentar uma classificação em cima desta realidade móvel. Buscando na teoria sistêmica (Bertalanffy, 1977) ou dos jogos (Newman, 1928, apud. Primo, 2007) para classificar o fenômeno da interação em intermináveis definições e tipos (Primo, 2007, Recuero, 2004) bem como o fenômeno dos links.

Basta dizer que classificar significa possibilidade e a facilidade de apresentar uma abstração sobre um objeto real mutilado (Latour, 1993, apud. Schwartzman, 1994).

Buscando encontrar uma saída para tal paradoxo propõe-se aqui mencionar alguns estudos interessantes sobre métodos de abordagem de comportamentos coletivos em redes sociais.

Começamos por um interessante artigo publicado em 1978, no *The American Journal of Sociology*, intitulado 'Threshold Models of Collective Behavior' (Modelos Limiares de Comportamento Coletivo). Nesse artigo, Granovetter tece uma explicação sobre o que acontece aos atores diante de situações dinâmicas para que decidam de acordo as preferências pessoais, a favor ou não do coletivo. Qual o limiar entre as vontades do

indivíduo e a sua ação a favor de se envolver num comportamento coletivo. No caso do artigo citado, o caso abordado foi o de uma multidão de perturbadores.

O autor inicia criticando aqueles que propõem, para o estudo de comportamentos coletivos, as preferências e motivações comuns entre os membros de uma multidão. Essas seriam as 'normas', considerar o comum como única condição de explicação para os movimentos resultantes da turba. O que Granovetter analisa são variações entre as normas e as preferências do ator por causa e dentro da interação com o grupo.

Ao levar em consideração o momento de decisão do ator levanta-se a questão do limite entre o envolvimento e a supressão da ação social. Entre ser um perturbador ou não. Algo tão minúsculo, mas que pode gerar grande diferença nos resultados.

De acordo com o autor sempre tomamos nossas decisões analisando os custos e benefícios implicados. Este é o momento da análise pessoal. Mas, ao tratarmos do coletivo, os que estão próximos a nós tendem a nos influenciar em nosso comportamento, a tal ponto em que podemos abrir mão de nossas 'normas' e até a multidão pode abrir mão das 'normas' antes estabelecidas, durante uma manifestação. Ou seja, nosso comportamento está condicionado pela situação e pelo momento em que tomamos decisões.

A novidade trazida por esse artigo é a explicitação da falta de controle, apoiada na complexidade de fatores que o agente deve levar em conta em sua análise de custos e benefícios em prol do coletivo. E também a explicitação da falta de controle da multidão que, dependendo de sua organização, pode optar por uma ação inesperada. Normas e limites são coisas distintas quando se fala em comportamento coletivo. Limites atuam em situações específicas, normas tratam de situações no geral.

Em inúmeras ocorrências em que a proporção de pessoas a favor de uma determinada decisão era maior que a proporção daqueles que eram contra, ainda assim a decisão não foi tomada de acordo com a maioria. Nem sempre a proporção dos valores direciona o comportamento coletivo.

Aqui o paradoxo novamente, cuja relutância em reconhecer, afirma Granovetter, está na nossa construção social cotidiana da realidade que considera os sistemas sociais sem levar em conta descontinuidades e eventos incompreensíveis. Muito mais está envolvido no comportamento coletivo que a mera imitação.

Além da influência dos amigos, a própria organização da multidão influencia em suas decisões e movimentos, essas são influências temporais e espaciais. Estar no meio da multidão não significa agir irracionalmente, mas o modelo de limiares leva em conta a heterogeneidade das preferências, na nossa posição espacial em nossa rede de relacionamentos e a independência das decisões no tempo.

Nessa mesma linha, um estudo realizado em 2006 por Juan Antonio Carrasco, Bernie Hogan, Barry Wellman, e Erick J. Miller denominado "Collecting Social Network Data to Study Social Activity - Travel Behavior: An Egocentric Approach" traça a mesma hipótese a respeito da influência da posição espacial do indivíduo numa determinada rede social ao longo do tempo em que permanece conectado ao grupo. Espaço e tempo são determinantes de ações sociais em conjunto. Essa pesquisa teve como objetivo analisar como as pessoas decidiam viajar em grupo através do Canadá.

A hipótese principal do estudo foi provar que modelos de comportamento sobre a decisão de viajar em conjunto emergem das características das redes sociais em os atores estão envolvidos. A construção dessa rede acontece por meio da investigação da ação social do ator através de uma metodologia que os autores denominaram "Ego Approach".

Verificamos a propensão para interagir com algumas pessoas mais que outras pela dimensão espacial e temporal que ocupamos em sua rede social e do uso de diversos tipos de tecnologia de comunicação para nos relacionarmos, bem como a frequência desse uso. E nesse ponto em que o método Ego Approach se aproxima do método de Limiares de Decisão.

A decisão de gerar uma ação social coletiva pode ser explicada pela propensão de engajamento do ator. Essa propensão não depende somente de características socioeconômicas ou do seu estilo de vida, mas também do 'com quem'. Concentrando-se no relacionamento entre os egos e daqueles com quem possuem um relacionamento, chamados alter (outros próximos), esta metodologia se desenvolve a partir da construção de dois níveis: 1) o nível de rede do ego. 2) nível de rede do alter.

Como consequência, os laços ou link entre o indivíduo e outras pessoas na rede representam o fluxo de potência de atividade coletiva gerado pela interação entre eles. A oportunidade de engajar em ações sociais é representada pelo prisma do ator de acordo com o seu lugar na rede.

As técnicas de coletas de dados utilizadas nesse estudo foram questionário, entrevistas e

observação. Mas, o grande desafio foi eleger as questões apropriadas, capazes de elucidar a formação da rede do ego, seus fenômenos de interesse, e a força dos laços estabelecidos entre o ego, os outros e entre os pares.

O questionário e as entrevistas foram concentrados nas redes afetivas do ator ou na rede das pessoas que ele considerava emocionalmente próximas, muito próximas ou de alguma maneira próximas.

O questionário facilitou a localização das pessoas a serem entrevistadas. As entrevistas semi-estruturadas duraram, em média, duas horas e meia e foram realizadas na casa dos participantes. Os objetivos foram 1) criar um sociograma participativo-ativo 2) maximizar o tamanho e a riqueza da rede egocêntrica e facilitar o registro da conectividade da rede.

Registrou-se também o método de atividade e comunicação eleito entre a rede de membros bem como os episódios sociais ocorridos. (Visitas, encontros em restaurantes, palestras, bares e similares).

O resultado do artigo foi publicado na 85ª Transportation Research Meeting, Washington DC, mostrando o impacto gerado pelos sociogramas através dos quais os atores puderam observar suas ações sociais em rede, e a dimensão enorme de aspectos envolvidos na decisão de viajar com um grupo de pessoas, enfim, a decisão de se envolver em algum tipo de proposta coletiva ou não.

Um histórico de pesquisas sobre como se organiza o comportamento coletivo foi proposto pelo físico Barabási em 2003. Ao longo do tempo, as pesquisas sobre organização das redes sociais revelaram que em redes complexas, os links não se organizam de maneira aleatória como foi inicialmente pensado por Erdős e Rényi (1959), mas formam 'small worlds' (Watts and Strogatz, 1998) através de 'clusters'<sup>8</sup>. Esta formação se constitui em uma propriedade genérica das redes em geral.

Outra descoberta interessante sobre como os links se organizam na web revela que não se distribuem de maneira democrática, mas há nós de grande potência, ou reconhecimento, chamados hubs, que são poucos, mas que agrupam uma grande quantidade de links à sua volta.

A descoberta da existência de hubs e de clusters na rede pressupõe duas coisas: que existe um certo tipo de comportamento no qual pessoas funcionam como conectores

---

8 Watts e Strogatz (1998) mediram o 'clustering coefficient' em 1998, no artigo: Collective Dynamic of 'Small World' Networks. In: *Nature*, vol. 393. pgs. 440-442.

relacionando-se com diferentes clusters e promovendo o relacionamento entre eles. E mais, o movimento de links gera a emergência de hubs. A medida da potência e do poder na internet vem do número de links que se apontam para tal hub. " Hubs are special. They dominate the structure of all networks in which they are present, making them look like small words." (Barabási, 2003).

A análise dessa forma de organização das redes sociais em hubs deu origem à power law<sup>9</sup>, uma expressão matemática criada para indicar a organização de eventos na web através da distribuição dos links. O que importa na rede emerge. No pressuposto caos da web onde se tem notícia de uma série imensa de eventos pequenos, há eventos que apontam para outros eventos fazendo com que se transformem em eventos de renome. Isso indica como as ações sociais promovem o fenômeno da emergência.

Aqui podemos verificar o surgimento de uma hierarquia. Entretanto, não se trata de uma rede em que se possa categorizar. Não existe um nó característico. Não existe pico nas curvas de power law. Dessa mesma maneira, em estudos de comunidades virtuais não se deve classificar os atores, apesar de vivermos o apelo taxonômico como uma forma desesperada de controle de conhecimento produzido nos dias atuais.

O que presenciamos na web é algo vivo, móvel, líquido. A hierarquia gerada por links é impermanente. "A impermanência é uma atitude de uma sociedade conectada, desconstrução para aglutinação com outra estabilidade." (Dimantas: 2006).

O que existe em relação a power laws é o que podemos observar, ver e considerar emergente. "Power laws formulate in mathematical terms the notion that a few large events carry most of the action (...) They spoke of order and emerging behavior. We just needed to listen carefully". (Barabási, 2003:72). Ou seja, um movimento que recebe reconhecimento e links por outros movimentos que querem estar linkados, compartilhando, participando porque isso é considerado poder na rede, isso é reputação.

O que se pode propor, então, para o estudo das relações nas comunidades virtuais? Do ponto de vista das relações de poder, uma análise que seja vista sob o olhar do conflito, do controle da técnica e da produtividade (Foucault, 2001), que não se esgote em uma abordagem geral, mas que seja construída a partir de particularidades, que não esteja pronta, mas que aceite alterações, desenvolvendo implicações, mudanças.

---

9 Uma introdução sobre os estudos de power law ver Buchanan, Mark (2001). *Why the world is simpler than we think*. New York: Crown Publishers, 2001).

Uma vez que colocamos as comunidades como espaços de construção de saber, que este seja um dos pontos de convergência para uma análise de relações que estão construindo saberes, não neutros, mas que se constituem em novas relações. Poder baseado na relação.

A descentralização e articulação tomando como importantes as considerações da organização das relações sociais como um rizoma (Deleuze e Guattari, 2004) e do agenciamento coletivo da enunciação, do nomadismo, são meios de abranger o sentido do fluxo informacional, das formas de organização coletiva e subjetividades para escapar à dominação. Aqui novamente mencionamos a questão da técnica ou do programa e das ações sociais.

Tendo em vista esta abordagem de explicitar e não categorizar, as análises de Foucault, Deleuze e Guattari, sobre coletividade e as relações de poder, de modo algum serão vistas como uma metodologia porque isso seria mesmo impossível.

Power laws, entretanto, revelam na web que o aparente caos tende a uma organização segundo links de reconhecimento, isso faz com que uma hierarquia se apresente através de um movimento emergente, ao menos por algum tempo, um movimento que envolve critérios de reputação.

### **3. A reputação**

"A reputação marca o local da convergência entre a tecnologia e a cooperação". (Rheingold, 2003). O que as empresas não entendem é que a cumplicidade estabelecida pelo grau de implicação e envolvimento dos indivíduos uns com os outros, a solidariedade, generosidade, são atitudes valorizadas e que geram uma reputação, um valor, legitimando uma relação. São as características das relações que fazem com que algumas comunidades virtuais sejam mais emergentes que as outras.

Desde que assumimos que mercados são conversações, a reputação vem do histórico de cada indivíduo, site ou proposta. Uma ética própria revela um sistema de valores na web. Desde os anos 70, com o movimento dos hackers, a reputação gera um valor que não nasce de títulos ou honras, mas das ações dos atores na rede. Aqui a lógica de produção é colaborativa. (Dimantas, 2006).

"O espaço do novo nomadismo não é o território geográfico, nem o das instituições ou o dos Estados, mas um espaço invisível de conhecimentos, saberes, potências de

pensamento em que brotam e se transformam qualidades do ser, maneiras de constituir sociedade. Não os organogramas do poder, nem as fronteiras das disciplinas, tampouco as estatísticas dos comerciantes, mas o espaço qualitativo, dinâmico, vivo da humanidade em vias de se auto-inventar, produzindo seu mundo.” (Lévy, 2003).

Entretanto, a academia e diversos programas de educação a distância têm dificuldades para lidar com comportamentos emergentes, pois colocam a prioridade no conteúdo em detrimento dos relacionamentos e das mobilizações.

“E redes, invariavelmente, catalisam o conhecimento. Mas as comunidades têm outra razão para viver. O caminho do conhecimento pode ser até o melhor caminho, mas não é o objetivo. Em muitas situações, mobilização é a meta principal. Neste caso, (e)levar a rede sempre à esfera do conhecimento mais atrapalha do que ajuda. Se para a academia rede significa compartilhar informações e produzir conhecimento, para as comunidades e trabalhadores significa mobilizar, ganhar força, crescer. De um lado temos congressos, estudos colaborativos, trabalhos publicados e a parte se fortalecendo perante o todo. De outro temos assembleias, mutirões, passeatas e o todo se fortalecendo pelas partes.” (Dimantas, 2006: 30).

Para além do universo acadêmico, a reputação é um dos grandes atributos conquistados por empresas que prestam serviços on-line. É também um critério de avaliação e de garantia. Sites passam a ser considerados autoridades em determinados assuntos. Isso só acontece por causa da colaboração das pessoas, suas indicações, comentários.

Ao mesmo tempo o critério de reputação regula o comportamento dos atores na rede. Assim, as comunidades virtuais são capazes de expressar uma organização de seus membros, mesmo através de uma participação democrática. Trata-se de uma auto-regulação, avaliação.

Mas como capturar emergência, a reputação de indivíduos numa comunidade virtual específica? Já que a reputação é uma construção do ator através de seu discurso e ações sociais, propõe-se o método de análise do discurso (listas de discussões, making-ofs do trabalho colaborativo, atas de reuniões, entrevistas) e observação.

A análise do *ethos* do enunciador, procurando apreender um sujeito construído pelo discurso em relação com os outros através das tecnologias de comunicação e não uma subjetividade. “Assim, o discurso não é apenas um conteúdo, mas também um modo de dizer, que constrói os sujeitos da enunciação” (Fiorin, 2004), uma imagem do ator em

suas relações sociais.

A análise do *ethos* do enunciador é muito aplicada ao discurso literário, através de um estudo aprofundado sobre a obra completa de um autor. Mas, a proposta é aplicar essa forma de pesquisa em discursos produzidos na web e também em interações em episódios sociais (encontros), entrevistas e grupos de discussão (Barba, 2002) dos participantes de comunidades virtuais.

E talvez essa abordagem baseada no discurso seja o ponto mais focado no ator durante toda a metodologia discutida neste artigo a respeito das relações sociais em rede. Pois o *ethos* envolve três dimensões: o caráter do autor na enunciação (características psíquicas), o corpo (características físicas) e o tom (dimensão vocal revelado no discurso). (Maingueneau, 1996). Ou seja é "uma análise do ator da enunciação". (Fiorin, op. cit.).

Essa análise da construção de uma imagem social que possibilitará extrair um histórico a respeito de cada pessoa e seu envolvimento com o coletivo. Assim será possível avaliar a reputação de cada indivíduo diante de um grupo.

Acerca da reputação, fica a grande pergunta: trata-se de um critério justo para a organização de referências na web? Essa questão foi tratada em um artigo de 2003, cujo autor, Clay Shirky, analisou a organização hierárquica dos blogs utilizando como metodologia de análise as power laws. O que ele conclui é que o critério de reputação é uma propriedade confiável que emerge na web. Faz parte da natureza do "sistema" de blogs ou dos 'blogueiros'. Sendo assim, o mínimo que podemos considerar é que a reputação na web, é um critério que funciona.

#### **4. Conclusão**

A produção colaborativa mediada é uma produção simbólica que pode ser representada de maneira triádica: ser, coisa, símbolo, no caso, respectivamente, as pessoas, a tecnologia (meios de comunicação, programas), e o trabalho coletivo. Essa relação modifica a realidade social.

Apesar do grande potencial de ação social (potencial de mobilização) proporcionado pelos comportamentos coletivos mediados, a proposta é que se deva iniciar um estudo sobre relações de poder em comunidades virtuais através do comportamento dos atores na rede e não a partir de características gerais da comunidade, as quais freqüentemente são

consideradas como responsáveis por gerar um comportamento coletivo.

Não é o nosso consenso que faz com que trabalhem juntos, mas a organização e a nossa disposição na rede social que influenciam as nossas atitudes mediante decisões que temos que tomar em favor do coletivo ou não. Deve-se começar pela posição espacial e temporal do ator.

A hierarquia na web é gerada através de comportamentos emergentes construídos por critérios de reputação, os quais podemos apreender através da análise do discurso produzido pelos atores.

Ao participar de uma comunidade virtual, cada pessoa é um link, com uma história de vida e com uma potencialidade para novas ações sociais. Podem ser conectores, hubs ou apenas links menores. Podem ser pessoas que estão construindo uma reputação justamente naquele momento.

A investigação do ator e suas ações sociais no coletivo é a investigação do processo de aprendizagem e do estabelecimento de critérios de relacionamento nos quais o envolvimento é mais importante que o conhecimento que adquirimos, ou que a nossa transformação pessoal, pois é a partir de nossas decisões a favor do coletivo que sempre criamos e que somos capazes de perturbar o social.

## **5. Bibliografia:**

### Artigos/Papers:

BARBA, Cecília Cervantes. (2002) El grupo de discusión: de la mercadotecnia al estudio de la cultura y la comunicación. In: VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. Santa Cruz de la Sierra, Bolívia. junho 2002.

BARROS, Ellys Regina Galindo Lima de; OLIVEIRA, Simone Rosa de; BATISTA, Andréa. *Ações de letramento digital na sociedade da informação*. UFBA. 2006. Arquivo PDF disponível em: <[www.snbu2006.ufba.br/soac/viewpaper.php?id=42](http://www.snbu2006.ufba.br/soac/viewpaper.php?id=42)> último acesso em 28/07/2007 às 14:55h.

BEIGUELMAN, Giselle. (2004) Admirável mundo híbrido. In: BRASIL, André et. al (orgs.) (2004) *Cultura em Fluxo (novas mediações em rede)*. Belo Horizonte: Ed. PUCMinas, 2004, pp. 264-282. Arquivo em PDF disponível em: <[www.pucsp.br/~gb/texts/cibridismo.pdf](http://www.pucsp.br/~gb/texts/cibridismo.pdf)>

BRAGA, Adriana. (2007) Usos e consumo de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: *Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XVI Encontro da Compós*, Curitiba, PR, 2007.

CARRASCO, Juan Antonio; HOGAN, Bernie; WELLMAN, Barry; MILLER, Erick J. (2006) *Collecting social network data to study social activity-travel behaviour: an egocentric approach*. Disponível em <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/>> acessado em 18/12/2007, 22:02h.

COSTA, Rogério. (2005) Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. In: *Interface - comunicação, saúde, educação*, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar/ago 2005.

FRAGOSO, Suely. (2001) De interações e interatividade. In: *Compós, X Encontro*. Santos: Universitária Leopoldianum, 2001.

FIORIN, Jose Luiz. O ethos do enunciador. in: CORTINA, A. (Org.) ; MARCHEZAN, Renata Coelho (Org.) . *Razões e sensibilidades: a semiótica em foco*. 250. ed. Araraquara: Laboratório Editorial FCL/UNESP, 2004. v.1. pg. 117 a 140

GRANOVETTER, Mark. (1978) Treshold Models of Collective Behavior. In: *The American Journal of Sociology*, vol. 83, nº. 6 (may, 1978), pg. 1420-1443.

\_\_\_\_\_. (2000) Theoretical Agenda of Economic Sociology. In: *Economic Sociology at the Millennium*. New York: Sage Foundation, 2001.

GOTVED, Stine. (2006) Time and space in ciber social reality. In: *New Media & Society*. London: Sage Publications. Vol. 8 pg: 467-486.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel da Cunha; ARAÚJO, Ricar-do Matsumura. (2004) Co-links: proposta de uma nova tecnologia para a escrita coletiva de links multidirecionais. In: *Revista Fron-teiras*, v.VI, n.1, 2004, pp. 91-113.

PRIMO, André. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2006, Brasília. Anais, 2006. Arquivo PDF disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>> último acesso em 28/07/2007 às 15:45h.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. (2005) Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. In: *Revista da Associação nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - Compós*, dez. 2005 pg. 1-22.

SCHWARTZMAN, Simon. (1994) Os Dinossauros de Roraima (ou a sociologia da ciência e da técnica de Bruno Latour) in *Revista Novos Estudos CEBRAP*. São Paulo, nº 39, pp. 172-179, jul. 1994.

SHIRKY, Clay. (2003) Power Laws, Weblogs, and Inequality. In: *Networks, economics, and culture*. Disponível em: <[http://www.shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html)>

VAZ, Paulo Roberto Gibaldi. Agentes na Rede. In: *8º Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em comunicação*. 1999. Belo Horizonte. Anais do 8º Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Belo Horizonte: UFMG/Minas Gerais, 1999. v.1. Arquivo em PDF disponível em: <<http://www.eco.ufrj.br/paulovaz/textos/agente.pdf>> último acesso em 28/07/2007 às 17:45h.

Livros:

BOURDIEU, Pierre (1980) O capital social - notas provisórias. In: NOGUEIRA, M.A. e A. Catani (Orgs.) (1998) *Pierre Bourdieu: escritos de educação*. Capítulo III. Petrópolis, RJ: Vozes.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. (2004) *Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia*. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

CANETTI, Elias. (1995) *Massa e Poder*. Tradução: Sérgio Tellaroli. São Paulo: Cia das Letras.

COSTA, Rogério da.(2003). *A Cultura Digital*. 2ª ed. São Paulo: Publifolha. 89 p. Série - Coleção Folha Explica.

DELEUZE, Guilles; GUATTARI, Félix. (2004) *Mil Platôs - capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34. vol. 1.

DIMANTAS, Hernani. (2003) *Marketing hacker: a revolução dos mercados*. Rio de Janeiro: Garamond.

FOUCAULT, Michel. (2001). *Microfísica do Poder*. Tradução: Roberto Machado. 16ª ed. Rio de Janeiro: Graal.

JOHNSON, Steve. (2001) *Cultura de Interface*. Rio de Janeiro: Zahar.

\_\_\_\_\_.(2004) *Emergence: the connected lives of ants, brains, cities, and software*. New York, NY: Scribner.

LATOUR, Bruno. (1987) *How to follow scientists and engineers through society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

\_\_\_\_\_. (2005) *Jamais fomos modernos*. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 3ª ed. São Paulo: Editora 34.

LEMONS, André. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da Silva. (Orgs.) (2004) *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina.

LESSIG, Laurence. (2006) *Code v.2.0* New York: Basic Books. NY. Arquivo em PDF disponível em: <<http://codev2.cc/download+remix/>> último acesso em 28/05/2007 às 17:50h

LEVINE, Rick; LOCKE, Christopher; SEARLS, Doc; WEINBERGER, David. (2000) *The cluetrain manifesto: the end of business as usual*. Cambridge:MA : Basic Books.

LÉVY, Pierre.(2003) *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. Tradução: Luiz Paulo Rouanet. 4ª ed. São Paulo: Loyola. 1ª ed. No ano de 1994.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (2005) *Pesquisa em comunicação*. 8ª ed. São Paulo: Edições Loyola.

MAINGUENEAU, D. (1996) *Elementos de lingüística para o texto literário*. São Paulo: Martins Fontes.

NEGRI, Toni. (1993) *A anomalia selvagem: poder e potência em Spinoza*. Rio de Janeiro: Editora 34.

RHEINGOLD, Howard. (1993) *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass.: Addison-Wesley Pub. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>> último acesso em 28/07/2007, às 00:03h.

\_\_\_\_\_. (2003) *Smart Mobs: the next social revolution*. New York: Perseus Books. NY.

SWEDBERG, Richard. (1998) *Max Weber an the idea of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press. NJ.

THIOLLENT, Michel J. M. (1980) *Crítica metodológica, investigação social & enquete operária*. Editora Polis.

TRINDADE, Hélió. (1987) Tentativa de reconstrução empírica de um movimento radical. In: NUNES, Edson de Oliveira. (org.) (1987) *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso, e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

TURKLE, Sherry. (1997) *Vida no ecrã: a identidade na era da Internet*. Lisboa, Ed. Relógio d'Água.

WEBER, Max. (1999) *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução: Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília, DF: Ed. Da Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

WEINBERGER, David. (2003) *Small Pieces of Loosely Joined: a unified theory of the web*. New U.S.: Paperback.

WEINBERGER, David. (2007) *Everything is miscellaneous: the power of the new digital disorder*. New York: Time Books.

#### Dissertações/Teses:

CAVALCANTI, Marly. (1992) *Max Weber e a social-democracia*. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: dissertação de mestrado na área de Filosofia. Não publicada.

DIMANTAS, Hernani. (2006) *Linkania – a sociedade da colaboração*. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: dissertação de mestrado na área de Comunicação e Semiótica. Orientador: Rogério da Costa. Não publicada.

ORLANDO, Ricardo. (2006) *Dispositivo da Interface: um estudo sobre tecnologias de comunicação*. Universidade de São Paulo: tese de doutorado. Departamento de Ciências da Comunicação. Não publicada.

#### Sites:

AUTOUN, Henrique. (2002). <http://www.eco.ufrj.br/antoun/textos/>

LOCKE, Christopher; LEVINE, Rick; SEARLS, Doc; WEINBERGER, David. (1999) *The Cluetrain Manifesto: The End of Business As Usual*. Site com tradução para o português de Felipe Albertão: <<http://www.cluetrain.com/portuguese/index.html>> Último acesso em 29/07/2007 às 14:38h.

Pathfinder (2004) *Measuring the impossible*. PDF disponível em <[ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/nest/docs/summary\\_of\\_main\\_points\\_may\\_workshop.pdf](ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/nest/docs/summary_of_main_points_may_workshop.pdf)> último acesso em 29/07/2007 às 15:06h.