

# MEMES E DINÂMICAS SOCIAIS EM WEBLOGS: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet<sup>1</sup>

**RECUERO, Raquel da Cunha**

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS; Mestre em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS; Professora da Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas  
raquel@pontomidia.com.br

## RESUMO

O presente trabalho discute as razões pelas quais **blogueiros** propagam memes através da Internet e como essas ações estão diretamente associadas ao capital social gerado na rede. Trata-se de um trabalho baseado em construção anterior (RECUERO, 2006), que se inicia com a classificação dos memes observados em um período de tempo em uma rede de *weblogs*, seguida por uma entrevista com os blogueiros e análise dos tipos de capital social (BERTOLINI; BRAVO, 2004) gerados a partir da interação com tais memes. A partir destas premissas, procura-se demonstrar que memes têm principalmente um fundo social ou informativo, visando construir reputação ou gerar interação social.

**Palavras-chave:** Memes. Capital social. Redes sociais. *Weblogs*.

## 1 INTRODUÇÃO

A metáfora da rede tem sido largamente utilizada para o estudo e compreensão das redes sociais na Internet (WELLMAN, 2003 e 2001; CASTELLS, 2003). A partir desta perspectiva, um agrupamento social é visto como um conjunto de **atores** (nós) e suas **conexões** (interações ou laços sociais), que se modificam no tempo e alteram a constituição da própria rede (WATTS, 1999 e 2003; ADAR; ADAMIC, 2004; NEWMAN, 2004). A rede, como estrutura, é dinâmica, no sentido que se modifica no tempo. Neste sentido, Watzlavick, Beavin e Jackson (2000), explicitaram que as relações entre as interações sociais formam “padrões de comunicação” que permitem ao sistema social adaptação e produção de comportamentos. Esses padrões podem aparecer de muitas formas, como dinâmicas sociais. Neste artigo, enfocaremos principalmente, o padrão que denominamos propagação de memes. O estudo dos memes é freqüentemente relacionado com o estudo dos sistemas complexos, e percebido por muitos como uma ordem emergente desses sistemas (JOHNSON, 2003; STROGATZ, 2003). Seu estudo também já foi relacionado ao das redes sociais na Internet, e, especialmente, às redes de *weblogs* (ADAR; ADAMIC, 2005; GRUHL et al., 2004; CAMPBELL; FOUCHÉ; WEISS, 2005; MARLOW, 2004; MAYFIELD, 2005).

Procuraremos aqui relacionar esta propagação, enquanto dinâmica social, à interação nos *weblogs* e ao capital social gerado nestas redes. Discutiremos os conceitos e sua intersecção no campo empírico, a partir de um estudo realizado entre dezembro de 2005 e maio de 2006, que compreendeu uma primeira fase, onde foram selecionados 500 memes, classificados de acordo com os critérios especificados por Dawkins, o que resultou em uma proposta de taxonomia (Recuero, 2006). Na segunda fase, objeto deste artigo, os memes foram então relacionados à interação e ao capital social, através da observação de campo e entrevistas com 35 blogueiros.

## 2 CLASSIFICAÇÃO DOS MEMES

O conceito de meme foi cunhado por Richard Dawkins, em seu livro “O Gene Egoísta”, publicado em 1976<sup>2</sup>. Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme<sup>3</sup> é o “gene” da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas. 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 de que tipo de idéia desaparece no ostracismo. Trata-se de uma forma básica de aprendizado social, através da **imitação** (Blackmore, 1999)<sup>4</sup>. A partir da perspectiva de Darwin, as espécies eram vistas como produtos de um processo evolutivo baseado em três elementos fundamentais: **mutação** (ou variação), **hereditariedade** (ou retenção), e **seleção natural**. Tais elementos foram apontados por Dennett (1998) e Blackmore (1999) como os princípios lógicos por trás da teoria da evolução natural. A **variação** corresponde à capacidade do meme de mutação. Uma história nunca é contada exatamente do mesmo modo e essas pequenas variações vão gerando grandes mudanças com o passar do tempo. A **seleção** é o elemento que faz com que alguns memes chamem mais a atenção do que outros, permanecendo mais e sendo mais copiados, enquanto outros não são lembrados. A **retenção** ocorre pela permanência do meme no caldo cultural. É comparável à hereditariedade, que faz com que um novo meme tenha, portanto, muito pouco de originalidade, mas seja produto de variação e recombinação de idéias antigas que permanecem presentes nas idéias presentes. A partir dessa perspectiva, Dawkins (1979) e Blackmore (1999) apontam como características essenciais dos memes para a sua sobrevivência: a **longevidade**, a **fecundidade** e a **fidelidade das cópias**. A longevidade é a capacidade do meme de permanecer no tempo. A fecundidade é sua capacidade de gerar cópias. Por fim, a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original. Ressalte-se que a propagação dos memes é cíclica e nem sempre implica a reprodução fiel da idéia original. Ao contrário, as mudanças e transformações são freqüentes e comparadas, em sua abordagem, às mutações genéticas: essenciais para a sobrevivência do meme. Assim, as diferenças através das quais as pessoas repetem as idéias são, por definição, parte do meme.

Em trabalho anterior (Recuero, 2006), propusemos uma classificação dos memes. Essa classificação dividia os memes encontrados nesta rede de *weblogs*, de acordo com os três critérios de Dawkins e acrescentando-se o critério do alcance do meme na rede.

#### **Quanto à fidelidade da cópia:**

**a) Replicadores:** os memes classificados como replicadores apresentam como característica básica a **reduzida variação**, com uma **alta fidelidade à cópia original**. A

função primordial destes memes parece ser simplesmente **informar** um determinado fato.

b) **Miméticos:** alguns memes, no entanto, possuem características ainda diferenciadas. Apesar de sofrerem mutações e recombinações, sua estrutura permanece a mesma e são facilmente referenciáveis como **imitações**. A essência do meme está na **personalização**, mantendo a essência e a ordem estabelecidas. Daí o nome mimético, pois são memes que mantêm a estrutura, mas adaptam-se ao *weblog*. Embora permita uma personalização (e portanto, não apareça exatamente igual em todos os *weblogs*, como no caso dos cliques), a essência do meme permanece inalterada.

#### Quanto à longevidade:

a) **Persistentes:** são memes que **permanecem** sendo **replicados** por muito tempo. Em outras palavras, tais memes não são restritos a um *meme momentum*<sup>5</sup>, sendo espalhados durante um largo espaço de tempo. Além disso, nos memes persistentes também se enquadram aqueles que desaparecem por um tempo, mas, depois, retornam e voltam a se replicarem.

b) **Voláteis:** memes voláteis são aqueles que têm um curto período de vida e que, após replicarem-se em um e outro *blog* ou são rapidamente esquecidos, ou são modificados (tornando-se, assim, um novo meme). Memes voláteis podem ser copiados por muitos *weblogs*, mas apenas num curto espaço de tempo, caindo, depois, no ostracismo.

#### Quanto à Fecundidade:

a) **Epidêmicas:** memes epidêmicos são aqueles com grande fecundidade, que se espalham amplamente por várias redes de *weblogs*, como uma **epidemia**. São memes semelhantes àqueles descritas por Barabási (2003) e Gladwell (2002), como originários de modismos e modos de comportamento.

b) **Fecundo:** essa categoria compreende memes que não se tornam epidêmicos, mas que se espalham por grupos menores, ou apenas por poucos *weblogs*. Todos os memes são potencialmente fecundos e necessitam gerar descendência para sobreviver, mas têm graus diferentes de fecundidade.

#### Quanto ao Alcance:

a) **Globais:** são memes que alcançam nós que estão distantes entre si dentro de uma determinada rede social, não sendo, necessariamente, fecundos. Eles simplesmente aparecem em pontos não próximos. São memes que trafegam mais pelos **laços fracos** (GRANOVETTER, 1973) e que não possuem uma conexão direta com a

**interação social** entre leitores e blogueiros. Foram encontrados 10 memes globais dentre os estudados.

**b) Locais:** são memes que ficam restritos a uma determinada vizinhança de *weblogs*, sendo associados aos **laços fortes** (GRANOVETTER, 1973) e à **interação social**. Ou seja, são memes que são propagados por pessoas que estão mais próximas e que interagem com mais frequência. Memes locais ficam prioritariamente restritos a poucos nós da rede, mas podem tornar-se globais no decorrer do tempo.

Essa classificação, proposta no trabalho anterior, não chegou a ser discutida em função da interação e da percepção dos blogueiros desses memes, objeto deste trabalho. Nos próximos capítulos, esses aspectos serão debatidos.

### 3 INTERAÇÃO, CAPITAL SOCIAL E MEMES

Os *weblogs* foram criados como sistemas de publicação facilitada na Internet. A apropriação do sistema pelas pessoas, no entanto, lançou novos usos e novas culturas. A primeira e talvez mais evidente mudança foi o uso dos *weblogs* não apenas como indexadores de informação, como eram no início (BLOOD, 2002), mas como ferramentas de **interação social**. A ferramenta de comentários, por exemplo, antes puramente assessoria do sistema<sup>6</sup>, passou a ser parte essencial de todos os sistemas de blogs. Os *blogrolls*, mais do que lista de *weblogs* lidos passaram a ser compreendidos, inclusive, como lista de laços sociais do blogueiro (MARLOW, 2004; RECUERO, 2003). Por conta dos comentários e *blogrolls*, os *weblogs* passaram a ser mais e mais compreendidos como espaços de interação, através dos quais era possível constituir e manter laços sociais.

Comentar é um dos jeitos de se manter uma amizade, não perder o contato, demonstrar algum afeto com a pessoa (Blogueiro 3<sup>7</sup>, na entrevista).

Um comentário serve não apenas para ampliar a discussão proposta pelo post, mas especialmente para estreitar relações. Acho importantíssimo (Blogueiro 15, na entrevista).

Juntamente com essa função comunicativa, os *weblogs* também são um espaço de expressão e de construção de si (SIBILIA, 2003; CARVALHO, 2002; LEMOS, 2003). Eles são espaços onde alguém fala a alguém, onde há informação que é colocada em comum a uma coletividade de leitores.

Atualmente publico textos e fotos sem observar uma regularidade temporal, e apenas como forma de expressar meus pensamentos e

idéias sobre alguns temas de interesse pessoal (Blogueiro 20, na entrevista).  
 Considero a possibilidade de tornar públicos pensamentos, sentimentos, idéias e notícias o principal motivo de manter um weblog (Blogueiro 1, na entrevista).

Essa percepção das páginas pessoais como elementos que compreendem a identidade do indivíduo foi discutida por Döring (2003). O autor acredita que o foco na mudança e na diversidade é encontrado sobremaneira nas páginas pessoais, que estando sempre “em construção”, podem ser regularmente atualizadas para refletir as últimas configurações do self”. Mais do que refletir as configurações do “eu”, as postagens em um weblog também visam a instigar a interação, conquistar o leitor. É o que Sibilia (2003) chama de “imperativo da visibilidade” da nossa sociedade atual. Esse imperativo, decorrente da intersecção entre o público e o privado, para ser uma consequência direta do fenômeno globalizante, que exacerba o individualismo. É **preciso ser “visto” para existir no ciberespaço**. Um blog que não tem leitores, não gera comentários ou reflexos na rede, perde sua motivação. Dentro desta perspectiva, publicar uma informação em um weblog é um ato com motivações e reflexos sociais.

[Minha motivação é] compartilhar experiência de vida e idéias com outras pessoas e a partir de então, quem sabe, conhecer novas pessoas com quem me identifique e queira manter contato. (Blogueira 5, na entrevista)

Uma postagem deve ser lida, comentada. E essa leitura se dá pela percepção do Outro através do weblog. Judith Donath (1999) sustenta que a percepção do Outro é essencial para a interação humana. Ela mostra que, no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face-a-face, as pessoas são julgadas “[...] mais por suas palavras do que por seu gênero, raça [...]” (p. 26).

A publicização das idéias de um *weblog* é também uma forma de se construir e de interagir. Deste modo, os memes que são publicados em *weblogs* também têm essas motivações, são informações coletivas. Os **blogueiros** entrevistados afirmaram que a escolha do que publicar no weblog vai ao encontro de seus interesses e os interesses dos leitores. Alguns, inclusive, explicaram que esperam que, assim, amigos e conhecidos comentem e novos contatos sejam feitos. Essa foi apontada como a grande motivação para manter um *blog* por 28 entrevistados.

O principal motivo para eu ler um blog é o meu interesse pelos assuntos abordados. Também considero bastante o fato de conhecer pessoalmente o autor (ou seja, leio *blogs* não muito pessoais de amigos meus, cujos interesses nem sempre vão ao encontro dos meus) (Blogueira 6, durante a entrevista).

Os **blogueiros** utilizam-se dos *blogs* não apenas para construir sua rede social, mas igualmente, para gerar reputação e status dentro dela. O *blog* é, portanto, um instrumento de captação de capital social para os **blogueiros**. 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 baseado na reciprocidade. Ele está embutido nas relações sociais (como explica BOURDIEU, 1983) e baseia-se no conteúdo delas (GYARMATI; KYTE, 2004; BERTOLINI; BRAVO, 2004). Além disso, o capital social pode ser percebido de diversas maneiras. Bertolini e Bravo (2004, p. 1-5) constroem categorias que constituiriam aspectos nos quais o capital social pode ser encontrado e que serão utilizadas neste trabalho. Essas categorias seriam:

a) **relacional** - que compreenderia a soma das relações, laços 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 se constituem 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.

Dentro dessas categorias há dois níveis: o primeiro, que inclui os itens a), b) e c), que implica em capital social menos estabelecido e o segundo, que inclui os itens d) e e) e que pressupõe uma maior institucionalização do mesmo, sendo por isso, encontrado em redes mais complexas.

Uma das premissas deste trabalho é que há várias formas de capital social associadas aos *weblogs* e suas redes. Os memes divulgados nos *weblogs* parecem falar a diferentes valores, com diferentes intencionalidades. Neste sentido, o capital social acumulado nos *weblogs* é estimulado através dos diferentes tipos de postagens. Postagens mais pessoais apelam ao capital social **relacional**, na medida em que solicitam suporte, apoio, aprofundamento do laço social. Essas postagens buscam a construção e o reforço de laços sociais. Assim, alguns memes são **sociais**, no sentido de que publicá-los não é “informar” outra pessoa, mas gerar **interação e empatia** com o leitor.

Essa interação e empatia que é gerada por este tipo de postagem é fundamental para que laços sociais sejam ampliados e iniciados através dos comentários. É por isso que esse tipo de meme foi dito voltado para o social e o capital social relacional.

Um exemplo foi o meme “desenhe um porco”<sup>8</sup>. Cada usuário vai até o site e desenha um porco, que é depois, interpretado pelo mesmo como um indicativo de características da personalidade do desenhista. O interesse do meme reside, justamente, em dividir com os leitores a sua análise.

### Draw a pig

Desenhe um porco você também e de preferência mande o link pra cá. :) Acho que seria mais engraçado se fosse um pato, mas um porco já está de bom tamanho. Eis o [meu](#), pra quem quiser ver, mas é melhor deixar pra ver depois de ter desenhado. A análise psicológica associada pode ser bobagem, mas quem se importa?<sup>9</sup>

O tópico é o mais comentado do *blog* no mês de março (12 comentários, enquanto a média do mês é 2 comentários). Cada um dos comentaristas postou o seu desenho de porco, que foi comentado pelos demais. O meme, que depois espalhou-se por outros *blogs* da rede<sup>10</sup>, tem uma característica mais social (como o convite na postagem já demonstra) do que simplesmente informativa.

Esses memes são também baseados na percepção de que gerar comentários é muito importante para os blogueiros e este tipo de meme gera **mais** comentários, de um modo geral, do que outros.

Mantenho o blog e o fotolog, principalmente, por que os considero ferramentas ótimas para socialização. Ter um blog e um fotolog se torna útil, à medida que possibilita o encontro com pessoas com interesses semelhantes, e torna possível e viável compartilhar nossas opiniões e nossa visão de mundo (Blogueira 6, na entrevista).

Memes com características sociais contribuem para elevar o capital social relacional de forma que este comece a institucionalizar-se e a passar ao segundo nível (BERTOLINI; BRAVO, 2004). Esses memes geram confiança, mas não reputação. Esse tipo de postagem também se relaciona mais diretamente com a rede social local e menos com a globalidade dos leitores.

Outro exemplo pode ser encontrado em memes como as correntes, um dos tipos mais importantes de **memes miméticos**, cuja essência é a personalização. A idéia é

que cada usuário utilize o meme colocando suas próprias respostas. Um dos exemplos de correntes é o meme “Quatro Coisas”, onde os blogueiros eram convidados a preencher um questionário que pedia “quatro sonhos, quatro lugares” e etc.<sup>11</sup> Embora cada **blogueiro** modificasse as respostas, o meme (escrever as quatro coisas) continua relativamente inalterado.

Memes miméticos prestam-se muito às funções sociais. Ao mesmo tempo, memes metamórficos e replicadores também podem ser utilizados, embora com menos frequência. O meme social é o mimético, por excelência. Além disso, com frequência, esses *weblogs* espalham-se mais rapidamente em uma rede local, onde os laços são mais fortes, do que em redes globais. São, também, do tipo “fecundo”, pois se restringem a redes menores e a cada *meme momentum*, embora possam, algumas vezes, tornarem-se epidêmicos.

Além dos memes que possuem esta função, existem os memes que são meramente **informativos**, ou seja, cuja função primordial está relacionada com o **capital social cognitivo** (o que não quer dizer que outras formas, como o capital social relacional, não possam estar presentes). Este tipo de postagem objetiva aumentar a quantidade de informações da rede, em última análise, construir uma **reputação**<sup>12</sup> para o blogueiro.

A reputação é percebida como baseada na percepção que é criada nas outras pessoas pelas ações de alguém sobre este alguém. É um conceito que deriva de feedback em interações e que constitui uma forma de capital social que é “dada” pelos outros a alguém por suas ações (GOLBEK; HENDLER, 2004). A reputação, em termos de capital social nos *weblogs*, pode ser baseada na confiança que alguns depositam em alguém, seja porque esta pessoa divulga informações interessantes, seja porque lhe dão crédito. Uma reputação apenas pode ser contruída em uma rede social, pois necessita de ações coletivas para ser constituída (RESNICK et al. 2005). Essa percepção existe nos *weblogs*, a partir do momento em que muitos são utilizados como instrumentos para construir uma reputação.

Por isso criei o blog: para eu opinar sobre as coisas. Mas não tenho aquela coisa de comentar no blog dos outros para que comentem no meu. Adoro quando comentam, mas não é isso que me motiva a escrever. [...] Escrevo apenas pelo prazer de escrever. **Nos meus sonhos mais delirantes, gostaria de ser descoberta, através de meu blog, por um editor de um jornal importante que me contratasse para ser colunista**<sup>13</sup> (Blogueira 20, na entrevista).  
Antes de ter um *blog*, eu enviava matérias interessantes ou dicas de livros para os meus amigos. Sempre com algum comentário meu. Como eu percebi que algumas destas avaliações poderiam ser interessantes para outras pessoas, pensei no blog. E eu o mantenho exatamente pelo mesmo motivo para compartilhar alguns assuntos,

pensamentos, links, notícias etc com as pessoas. E como tenho visto que há uma receptividade, continuo alimentando (Blogueira 13, na entrevista).

A reputação é, portanto, uma das motivações mais apontadas pelos usuários nas entrevistas, como chaves para a criação e manutenção de um *weblog*. Do total de entrevistados, quando perguntados sobre as motivações para manter um *weblog*, 29 usuários aludiram a algum tipo de relação com a reputação construída ou mantida através do sistema.

Memes de caráter informativo podem ser metamórficos no sentido de que, sobre um mesmo assunto, cada **blogueiro** coloca seu posicionamento gerando ou não polêmica ou mesmo replicadores, no sentido de que o blogueiro simplesmente “cola” um determinado *link* ou informação.

Um exemplo é uma postagem que defende o vegetarianismo do *blog* Backtracking<sup>14</sup>, a partir de uma notícia. O objetivo é informar os leitores e estabelecer um ponto de vista, mais do que construir ou fortalecer laços sociais. Neste caso, há diferenças fundamentais, por exemplo, do caso do desenho do porco. Também aqui há uma pretensão de alcance mais global e menos local. Deseja-se construir informações e não apenas relacionar-se com outras pessoas. Mesmo que essas informações sejam, muitas vezes, repetidas de outros *sites* e *blogs*, há valor contido em sua divulgação.

Copio coisas que me interessam, sejam elas por achar graça ou por serem coisas de interesse geral, notícias que possam interessar amigos e outras pessoas que passarem pelo meu blog (Blogueira 5, na entrevista).

[...] várias vezes já comentei sobre alguma notícia ou fato que se espalhou pela Internet. Porque tinha algo a dizer sobre o assunto, tinha uma visão diferente ou mais pessoal sobre o que foi noticiado (Blogueira 30, na entrevista).

Do total de entrevistados (35 blogueiros), 27 assumiram que copiam a maior parte das informações que divulgam nos *weblogs* de outras fontes (sejam *weblogs*, *fotologs*, revistas e etc.).

Essas postagens geram discussão, trocas de informação e conhecimento, conversações através da própria rede social (PRIMO; RECUERO, 2003; RECUERO, 2002). Primo e Reczek (2005) apontam para o fato de que os assuntos mais polêmicos podem migrar dentre os vários *blogs* da rede, como uma “conversa” entre os **blogueiros**. Esse tipo de fenômeno, embora existente, foi observado apenas em se tratando de memes metamórficos e em redes menores (locais). Ainda assim, como descrito pelos autores, esses memes geram principalmente, capital social cognitivo, ou seja, conhecimento. Um exemplo disso pode ser visto quando vários *weblogs* da rede decidiram fazer

postagens sobre os eventos que aconteceram em maio, em São Paulo, quando a polícia entrou em guerra com o PCC<sup>15</sup>. Embora todos abordem o assunto de uma forma diferente, discutem-se os acontecimentos. Há quase uma conversação que migra entre os diversos *blogs* e comentários que falam sobre o assunto.

Esse tipo de meme apresenta-se, de um modo geral, da forma **metamórfica** ou **replicadora** e com um alcance mais global. Com exceção de quando ocorrem conversações sobre um mesmo assunto em um grupo de *weblogs*, a maioria dos **blogueiros** busca colocar informações diferentes daquelas divulgadas por sua rede social, como foi ressaltado várias vezes nas entrevistas.

Creio que o argumento por trás da pergunta seria "sabendo que o outro site já informou as pessoas, por que você também postou?". Aí tem duas coisas: uma é que meus amigos podem não ter visto ainda; a outra é que a informação continua se propagando através do seu blog (não basta que esteja na rede, é preciso que pessoas achem a informação) (Blogueiro 10, na entrevista).

Neste sentido, memes que visam a construir capital social cognitivo não são tão locais, mas muito mais **globais**, repetidas de outras redes em redes menores, além de possuírem uma fecundidade mais relacionada com o tipo epidêmico.

Deste modo, poder-se-ia resumir o que foi discutido acima no seguinte quadro:

Quadro 1

Função do meme	Capital social	fidelidade	fecundidade	alcance
social	- relacional (estreitamento de laços sociais, criação de novos laços)	Miméticos ou replicadores	fecundos	local
informativa	- cognitivo (reputação, status social)	Metamórficos ou replicadores	epidêmicos	global

A longevidade dos memes não foi analisada nesta fase do trabalho, pois depende de um estudo mais longo em relação ao tempo analisado.

#### 4 CONCLUSÕES E APONTAMENTOS PARA DISCUSSÃO

A partir do que foi discutido, percebe-se que a difusão de memes em *weblogs* está extremamente relacionada com o capital social percebido pelo **blogueiro** nesta difusão. As postagens parecem ter focos variados, que vão desde a interação propriamente dita, no sentido de estreitar ou conquistar novos laços sociais, à construção de uma reputação. Há a plena consciência de se estar sendo lido e, como outros autores (SIBILIA, 2003; LEMOS, 2002; entre outros) já apontaram, há também uma construção pessoal nos *weblogs*, que visa a também construir um lugar de fala.

A pesquisa que norteou este trabalho mostra que a reprodução dos memes está diretamente relacionada com a percepção do capital social que cada postagem gerará. Cada elemento que é colocado em um *weblog* é cuidadosamente avaliado não apenas com relação ao **blogueiro**, mas, igualmente, à rede social do mesmo, já que os temas precisam também interessar aos amigos, como muitos ressaltaram nas entrevistas. Desta forma, percebe-se que os memes encontram nos *weblogs* um terreno extremamente fértil, não apenas para serem reproduzidos, mas, igualmente, para serem reproduzidas com maior exatidão.

Ao mesmo tempo, ressalta-se que o presente trabalho é resultado de um estudo exploratório, não amplo e não profundo, que visa a traçar algumas premissas sobre o assunto. Não se pretende, aqui, exaurir o tema, mas simplesmente lançar novas questões ao debate e lançar luz, sobretudo, ao debate em relação aos memes e ao capital social em redes sociais na Internet.

#### ABSTRACT

The following paper discusses the motivations of webloggers for meme replication through the Internet and how this replication affects social capital generated within social networks. The work is based on a previous paper (Recuero, 2006) and on the meme taxonomy, observation and interviews with webloggers. All data is then related to types of social capital (Bertolini e Bravo, 2004) generated by the social interaction on each post with each meme. Finally, the results are discussed in order to show that memes have two main functions in those weblogs, social or informative, both contributing directly to reputation and social interaction.

**Keywords:** Memes. Social capital. Social networks. Weblogs.

#### RESUMEN

Este trabajo discute las motivaciones de los *webloggers* para la replicación de los memes a través de la Internet, y cómo esta replicación afecta el capital social generado dentro de las redes sociales. El trabajo es basado en un trabajo anterior (Recuero, 2006) y en la taxonomía de los memes, la

observação y entrevistas con *webloggers*. Todos los datos son, entonces, relacionados con los tipos de capital social (Bertolini e Bravo, 2004) generados por la interacción social con cada meme. Finalmente, los resultados son discutidos para demostrar que los memes tienen dos funciones principales en esos *weblogs*: sociales o informativos, donde contribuyen directamente a la reputación y la interacción social.

**Palabras claves:** Memes. Capital social. Redes sociales. Weblogs.

## REFERÊNCIAS

ADAR, Eytan ; ADAMIC, Lada. **Tracking information epidemics in blogspace**. Disponível em: <<http://www.cond.org/trackingblogepidemics.pdf>> Acesso em: 5 dez. 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 ago. 2005.

BERTOLINI, Sandra ; BRAVO, Giácomo. **Social capital, a multidimensional concept**. Disponível em: <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em 17 out. 2004.

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

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

BOYD, Danah. Friendster and publicity articulated social networkind. In: CONFERENCE ON HUMAN FACTORS COMPUTING SYSTEMS, CHI, 2004, Vienna. [Annals...]. Vienna, Apr. 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 dez. 2005.

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

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DAWKINS, Richard. **O Gene egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2001. (Coleção O Homem e a Ciência, v. 7).

DENNETT, Daniel. **The Evolution of culture**. Disponível em: <[http://www.edge.org/3rd\\_culture/dennet/dennet\\_p2.html](http://www.edge.org/3rd_culture/dennet/dennet_p2.html)> Acesso em: 12 ago. 2005.

DÖRING, Nicola. Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. **Journal of Computer Mediated Communication**, v. 6, n. 3, Apr. 2002. Disponível em: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol6/issue3/rintel.html> Acesso em: 1 ago. 2002.

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

GRANOVETTER, Mark. The Strengh of Weak Ties. **The American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, May 1973.

GOLBECK, Jennifer ; HENDLER, James. **Inferring reputation on the semantic web.** (2004) Disponível em: <<http://www.mindswap.org/papers/GolbeckWWW04.pdf>> Acesso em: maio 2006.

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

GYARMATI, David ; KYTE, Darrel. Social capital, network formation and the community employment innovation project. **Policy Research Initiative**, v. 6, n. 3. Disponível em: <[http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3\\_art\\_05](http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3_art_05)>. Acesso em 4 maio 2004.

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

JOHNSON, Steven. **Emergência.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEMONS, André. **A Arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet.** In: ENCONTRO DA COMPÓS, 10., 2002, Rio de Janeiro. [Anais...] Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Sociedade Tecnológica. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/tics/2002/andrelemos.html>>. Acesso em: 20 maio 2003.

MARLOW, Cameron. **Audience, structure and authority in weblog community.** Disponível em: <<http://overstated.net/media/ICA2004.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2004.

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

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

NEWMAN, M. E. J. **Small worlds: the structure os social networks.** Disponível em: <<http://citeseer.ist.psu.edu/514903.html>> Acesso em: 2004.

PRIMO, Alex ; RECUERO, Raquel. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia.** Out. 2002. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto\\_cooperativo.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto_cooperativo.pdf)>. Acesso em: 12 dez. 2005

PRIMO, Alex ; RECZEK, Ana. A conversação na comunidade de blogs insanus. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro. [Anais...] Rio de Janeiro, set. 2005. 1 CDROM.

RECUERO, Raquel. Memes em Weblogs: proposta de uma taxonomia. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 15., 2006, Bauru, SP. [Anais...] Bauru, 2006. Artigo apresentado no GT de Tecnologias da Informação e da Comunicação.

\_\_\_\_\_. Redes sociais na Internet: considerações iniciais. **Revista E-Compós**, v. 2, abr. 2005. Disponível em: <[http://www.assimcomunicacao.com.br/revista/documentos/abril2005\\_recuero.pdf](http://www.assimcomunicacao.com.br/revista/documentos/abril2005_recuero.pdf)> Acesso em: 12 dez. 2005

\_\_\_\_\_. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO, 6., 2002, Porto Alegre. [Anais...] Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Cultura

\_\_\_\_\_. Webrings: as redes de sociabilidade e os weblogs. **Revista Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v.6, n.11, jul. 2004.

RESNICK et al. **Reputation systems: facilitating trust in Internet interactions.** 2005. Disponível em <http://www.si.umich.edu/~presnick/papers/cacm00/reputations.pdf>. Acesso em maio de 2006.

SIBILIA, Paula. **Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica**. 2003. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/tics/2003/body\\_sibilia\\_2003.htm](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 dez. 2005.

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

WAIZBORT, Ricardo. Dos genes aos memes: a emergência do replicador cultural. **Episteme**, Porto Alegre, n. 16, p.23-44, jan./jun. 2003.

WATZLAVICK, Paul ; BEAVIN, Janet ; JACKSON, Don. **Pragmática da comunicação humana**. 11. ed. São Paulo: Cultrix, 2000..

WELLMAN, Barry. **Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking**. Febr. 2001. Disponível em: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>>. Acesso em: abr. 2004.

WELLMAN, Barry [et. al.] The Social affordances of Internet for networked individualism. **Journal of Computer Mediated Communication**, v. 8, n. 3, 2003. Disponível em: <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol8/issue3/wellman.html>>. Acesso em: 23 mar. 2004.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Informação e da Comunicação VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, em setembro de 2006. O presente trabalho foi realizado com o apoio do UOL ([www.uol.com.br](http://www.uol.com.br)), através do Programa UOL Bolsa Pesquisa, processo número 20060519183737a.

<sup>2</sup> 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 (WAIZBORT, 2003).

<sup>3</sup> Proveniente da palavra grega 'Mimeme' (BLACKMORE, 1999, p. 6).

<sup>4</sup> 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 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.

<sup>5</sup> Spivack (2004) explica que os memes possuem um *meme momentum*, que se refere à importância e força do meme em um determinado corpus em um determinado tempo.

<sup>6</sup> Era preciso instalá-la através de outros softwares, não havia comentários nos sistemas de blog, como acontece hoje, por exemplo.

<sup>7</sup> Os nomes dos entrevistados foram trocados por números para fins de privacidade.

<sup>8</sup> Referente ao site <http://drawapig.desktopcreatures.com/>.

<sup>9</sup> <http://gondolin.blogspot.com/2006/03/draw-pig.html> - Acesso em 10 maio 2006.

<sup>10</sup> <http://actea.blogspot.com/2006/04/my-pig-is-staying-alive-como-o-do.html> e [http://www.backtracking.blogspot.com/2006\\_04\\_01\\_backtracking\\_archive.html#114562735696586507](http://www.backtracking.blogspot.com/2006_04_01_backtracking_archive.html#114562735696586507), por exemplo.

<sup>11</sup> [http://www.idelberavelar.com/archives/2006/01/brincadeirainha\\_1.php](http://www.idelberavelar.com/archives/2006/01/brincadeirainha_1.php)

<http://liberallibertarioliberalino.blogspot.com/>

[http://www.pirao.blogspot.com.br/2006\\_01\\_01\\_archive.html#37999368](http://www.pirao.blogspot.com.br/2006_01_01_archive.html#37999368)

[http://www.clindenblog.blogspot.com/2006\\_01\\_01\\_clindenblog\\_archive.html#113710460790965502](http://www.clindenblog.blogspot.com/2006_01_01_clindenblog_archive.html#113710460790965502)

<sup>12</sup> Embora o conceito de reputação seja mais utilizado dentro da teoria dos jogos, vários autores já o relacionaram à confiança nas interações e transações na Internet, como Golbeck e Handler

---

(2004) e Resnick et al (2005). A idéia é que a reputação dá-se pela percepção do outro durante a interação e pode ser registrada em vários sistemas.

<sup>13</sup> Grifo nosso.

<sup>14</sup>[http://www.backtracking.blogspot.com/2006\\_02\\_01\\_backtracking\\_archive.html#113926355188492712](http://www.backtracking.blogspot.com/2006_02_01_backtracking_archive.html#113926355188492712)

<sup>15</sup> <http://please-kill-me.blogspot.com/#114583570738643258>, <http://please-kill-me.blogspot.com/#114796477154441729>,

<http://www.insanus.org/martelada/archives/015738.html>