

## **Comunidades Interativas no Instagram: Uma Análise de Redes Sociais a Partir do Perfil @estopinharossi<sup>1</sup>**

Beatriz Helena do Rego MEIRELES<sup>2</sup>  
Luís Augusto de Carvalho MENDES<sup>3</sup>  
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### **Resumo**

A *internet* como meio informacional possibilitou novos processos de comunicação desenvolvidos pelas relações sociais, estabelecendo um formato contemporâneo de gerar conexões. Definir a dinâmica das interações e o capital social que nutre uma rede social se tornou fundamental para compreender o funcionamento das redes sociais digitais. Nesta pesquisa, tomou-se como objeto de estudo o perfil da cadela Estopinha Rossi, personagem reconhecida nacionalmente e que acumula mais de 272 mil seguidores apenas no Instagram. Foi feito um levantamento de dados referentes às interações de 200 comentários relativos a 2 fotos do perfil descrito. Os resultados obtidos pela Análise de Redes Sociais (ARS), a partir de abordagens quantitativas e qualitativas, indicaram uma rede centralizada e egocêntrica, cujos seguidores focam exclusivamente em comentários positivos, de natureza afetiva e sentimental.

**Palavras-chave:** comunidades interativas; redes sociais; capital social; Instagram; Estopinha Rossi.

### **Introdução**

O estudo da sociedade a partir do conceito de rede trouxe novos enfoques de pesquisa para o século XX. Com o advento da computação, amplificou-se a capacidade de conexão entre as pessoas, permitindo que fossem criadas interações sociais mediadas pelo computador. Novas formas de expressão e comunicação complexas existentes num espaço virtual se estabeleceram, promovendo mudanças na organização, identidade, conversação e mobilização social.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB, email: [beatrizmeireles@gmail.com](mailto:beatrizmeireles@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB, email: [luisaugustomendes@gmail.com](mailto:luisaugustomendes@gmail.com).

A partir da definição de cibercultura, é possível compreender como os indivíduos estão inseridos no ciberespaço e de que maneira isso influencia na forma como a sociedade se comunica num padrão de rede. Pierre Lévy define ciberespaço como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17). A partir daí, é possível classificar as formas de interações existentes em dois tipos principais na Web 2.0: interação reativa, baseada nas relação estímulo-resposta; e interação mútua, na construção inventiva e cooperada do relacionamento.

Atualmente, a chamada Web 2.0 (O'REILLY, 2005) permite que os internautas possam utilizar a *internet* de uma forma caracterizada pela liberdade de produção, expressão e visibilidade. Na *internet*, o estudo de comunidade interativa a partir da abordagem de rede permite o uso de ferramentas únicas para compreender os aspectos sociais do ciberespaço. Sendo possível, assim, estudar, a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, como por exemplo, como se cria capital social e sua manutenção, o surgimento da simpatia e confiança; as funções das estruturas e, mesmo, as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos.

Dentro dessa estrutura, surgem as redes sociais digitais. A relação é considerada a unidade básica de análise em uma rede social. Para RECUERO (2009), “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. As comunidades virtuais, que são elementos de algumas redes sociais, são espaços onde há bastante troca comunicacional. Segundo André Lemos (2002, p. 93) “as comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas”. Os laços sociais podem emergir a partir das trocas estabelecidas nesses espaços. Um laço social, de acordo com Recuero (2009)

[...] é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre os agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituído no tempo e através da interação social. (RECUERO, 2009, p. 38)

De acordo com RECUERO (2009) a interação entre os participantes de uma comunidade virtual pode evoluir e se tornar um relacionamento, a partir de valores primários como a reciprocidade e a empatia. Os laços sociais sejam eles fracos ou fortes, estabelecidos a partir de um primeiro contato entre os atores, podem implicar no surgimento

de valores sociais, como a confiança e a intimidade, indicando então a formação do capital social, que pode ser definido como:

[...] um conjunto de recursos de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma Coleman) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo delas. (RECUERO, 2009, p.50)

As redes sociais digitais representam hoje um fator determinante para a compreensão da expansão de novas formas de redes sociais e da ampliação de capital social em nossa sociedade. Nesse sentido, uma contextualização do cenário atual se faz extremamente necessária para compreender os fenômenos acerca da comunicação humana e de que maneira como as redes sociais se delinearam, principalmente, no que diz respeito as interações nas comunidades interativas, bem como, a cultura da convergência e de que forma todos esses conceitos estão entrelaçados entre si.

Para tanto, existem várias formas de análise/estudo das redes sociais. Assim, cabe ao pesquisador definir o momento e as variáveis que serão analisadas, de acordo com a problemática estabelecida pelo pesquisador (FRAGOSO, 2011). Geralmente, a coleta de dados é realizada por meio de entrevistas e questionários e, em seguida, feita a análise de sociomatrizes e sociogramas. Nas sociomatrizes, os dados da rede são registrados em planilhas, tem-se de um lado os atores e de outro as interações. Os sociogramas, formas de representação gráfica de uma rede social, onde as conexões são linhas e os atores, pontos. Os dados coletados podem ser analisados quanto à estrutura, dinâmica e composição.

### **A personagem Estopinha Rossi**

“Estopinha / Tombinha de São Paulo / Blogueira por profissão, fazedora de arte por opção / estopinharossi@gmail.com youtu.be/68JKRDS1\_Cc”.<sup>4</sup> Essa é a descrição do perfil de “estopinharossi” na rede social Instagram. Estopinha é a cadela adotada pelo zootecnista, adestrador e apresentador Alexandre Rossi, mais conhecido como Dr. Pet. A cadela foi adotada em 2010 em um abrigo de animais. Já havia sido devolvida 2 vezes por problemas comportamentais. Alexandre Rossi buscava um cão adulto e sem pedigree para dar dicas e

---

<sup>4</sup> Texto retirado da descrição do perfil @estopinharossi no Instagram, *link*: <https://www.instagram.com/estopinharossi/>.

demonstrar como seria possível adestrar cães com mau comportamento.<sup>5</sup>

Atualmente com 7 anos, é a vira-lata mais famosa da TV brasileira devido ao seu papel de assistente no programa televisivo “Missão Pet”.<sup>6</sup> O perfil “Estopinha” no Facebook possui mais de 2,8 milhões de fãs, quase 67 mil inscritos no canal do YouTube “Estopinha & Alexandre Rossi” e 272 mil seguidores no Instagram. As páginas são administradas pela esposa de Alexandre, Cynthia Macarrão e a equipe do Dr. Pet.

Barthô, como é chamado, que também é vira-lata e veio de um abrigo, acompanha Estopinha desde 2014. A princípio Bartholomeu Temporário Ross, ficaria com Alexandre por um tempo, enquanto lar temporário. Entretanto, a boa convivência entre Estopinha e Barthô foi tão bem-sucedida que ele também foi adotado.<sup>7</sup> O cão também está presente nas redes sociais digitais e mostra o dia-a-dia para 108 mil seguidores no perfil “barthooficial” no Instagram e 265 mil fãs na página “Barthô Temporário Rossi” no Facebook.

Ao aparecer junto com o apresentador em diversos programas de TV, a simpatia da cadela realmente atraiu a atenção do público. Estopinha é símbolo de uma campanha pró-adoção, mostrando que a sigla SRD, de "Sem Raça Definida", pode significar “São Realmente Demais”. Várias postagens tem cunho social, atreladas a campanhas em prol da proteção animal. Além disso, a forma como as postagens são escritas nas redes sociais, em primeira pessoa e com o forte apelo cômico a partir das experiências da rotina de quem convive com animal em casa garante um público cativo e fiel nas diversas plataformas.

A rede social escolhida para análise foi o Instagram, uma rede social digital de fotos e vídeos para usuários de Android e iPhone, obtido através do *download* gratuito de um aplicativo. Nela, os usuários podem aplicar filtros nas imagens e compartilhar com outras pessoas. Há também a possibilidade de seguir outros perfis e comentar/curtir. O perfil escolhido foi o usuário “@estopinharossi”, criado em setembro de 2013. Das 744 publicações, foram escolhidas 2 fotos, ambas da dupla Estopinha e Barthô, Figura 01, conforme podem ser vistas a seguir. Os dados foram recuperados do Instagram em 25 e 27 de abril de 2016, quando as fotos foram analisadas. Em adendo, os critérios para seleção foram fotos recentes, para a data de captação de dados, com a temática de apelo

---

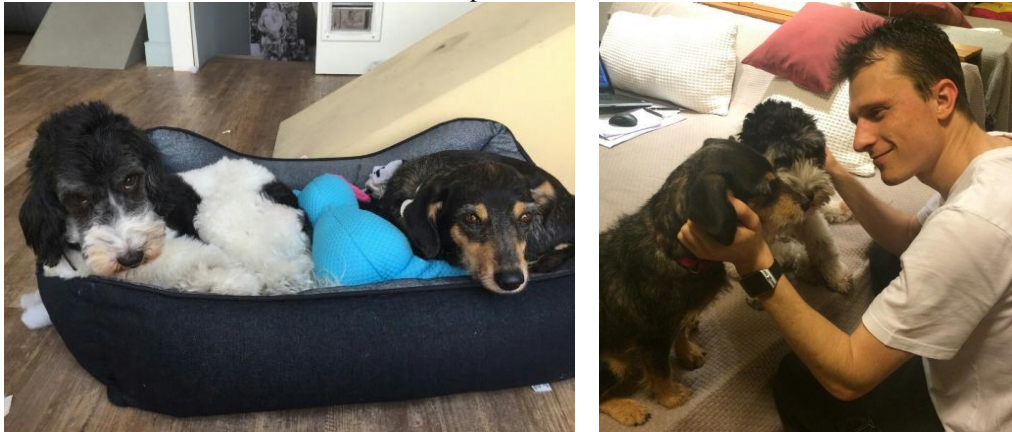
<sup>5</sup> DISNEY BABLE. **Apaixone-se pela história de Estopinha**. Disponível em: <<http://disneybabble.uol.com.br/br/pets/apaixone-se-pela-hist%C3%B3ria-da-estopinha>>. Acesso em: 12 de abril de 2016.

<sup>6</sup> R7. **Conheça a história de Estopinha**. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/bichos/noticias/conheca-a-historia-de-estopinha-20100111.html>>. Acesso em: 12 de abril de 2016.

<sup>7</sup> VEJA SÃO PAULO. **Barthô, o novo irmão de Estopinha. A página do vira-lata no Facebook ganhou 600 seguidores em três horas**. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/bichos/2014/11/bartho-irmao-estopinha-facebook-alexandre-rossi/>>. Acesso em: 12 de abril de 2016.

sentimental, a figura da personagem analisada em si, conforme discutido, mas também da relação companheirismo entre os cães e o dono. Excluindo campanhas e *memes*, por exemplo, focando apenas na representatividade dos animais.

Figura 01. Barthô, à esquerda, e Estopinha, à direita, e Alexandre Rossi e os cães Barthô e Estopinha no lado direito.



Fonte: Instagram (2016)

A primeira postagem, datada de janeiro/2016, possui 10,5 mil curtidas e 222 comentários, com a seguinte legenda: “Irmão que destrói brinquedo junto, toma bronca juntico também kkkkkkkkkkkkkkk #FazCaraDeAnjoBarthô #VamoGanhaBeijoNoNarigo #EDivideACama”. A segunda, de abril/2016, possui 11,7mil curtidas, 89 comentários e legenda: “Gentee, esse fds o papis deu aula na pós graduação de Comportamento Animal e claro que eu e o Barthô fomos juntos pra fazer os exercícios: - Dando oi com jumps, - Tirando a concentração dos alunos com cara de pidão avançado, - Xeretando nas mochilas em busca de comida, - Rebolando para conseguir brincar de cabo de guerra, - Correndo com obstáculos no meio das carteiras, e - Artes para profissionais. #InstaDog #VidaDeCão”.

### **A comunidade interativa**

Para a análise do objeto de escolhido utilizou-se o método de Análise de Redes Sociais (ARS) abordado por COSTA (2005) como resultado de uma compilação de métodos de abordagens qualitativas e quantitativas para o estudo de redes sociais na *internet*. Tais conceitos foram desenvolvidos a partir da fusão da teoria social e a aplicação da matemática formal, da estatística e dos métodos computacionais. Ou seja, a ARS envolve a relação de estudos com foco empírico e sistemático, além da associação matemática e gráfica.

Os atores da rede social escolhida são o próprio perfil da Estopinha, mas também todos aqueles usuários que interagem, seja respondendo comentários ou marcando outros usuários. Cria-se uma nova interação, ao invés de destino - quando comenta na forma de texto ou *emoticon* na própria publicação - e passa a ser ator de uma nova interação. Assim, cada ator, representa um nó na rede social. No caso, as conexões se estabelecem a partir das interações e dos laços sociais existentes entre os indivíduos da rede. Por se tratar um personagem público, esses laços têm caráter subjetivo, de interesse pessoal, a partir da identificação pessoal de cada usuário com os valores que são disseminados na página.

Além disso, em sua maioria, não são laços fortes pois, está sendo tratado de diversos usuários interagindo com o ator principal e por ser uma amostra tão pequena do conjunto todas as publicações é pouco comum uma repetição dos indivíduos, exceto daqueles pequenos grupos específicos que mantêm uma interação de estímulo-resposta dentro da postagem. Ou seja, são comumente indivíduos que não se conhecem. Por isso, para que fosse possível realizar o estudo, limitou-se o a uma coleta de dados de 200 comentários de texto em 2 fotos. Assim, trata-se de uma rede ego, traçada a partir de um ator principal (RECUERO, 2009).

Dessa forma, atingiu-se o total de 22,2 mil curtidas e 311 comentários, sendo 214 interações apenas de texto. Vale ressaltar que as imagens que foram escolhidas visavam atingir o número de cerca de 200 comentários de texto, colocando em segundo plano menções e *emoticons*. Após escolhidas as publicações analisadas, foram listadas cada uma das interações numa planilha do programa Excel, observando os comentários, e ausência ou presença de menções a outros usuários e *emoticons*. Além disso, para cada tipo de interação foi atribuído um peso, sendo 10, 5, 5, respectivamente. Obedecendo, assim, ao método de representação da rede social por sociomatriz.

Para construir a sociomatriz, foi utilizada uma tabela, onde na primeira coluna foram listadas todas as origens (nós) das interações; na segunda, o destino, ou seja, quem recebeu essa informação; e na terceira, o peso, resultado do somatório de cada tipo de interação. Em adendo, foi padronizado os nomes dos usuários (sem arroba, característico da rede social em questão). Para padronizar os *emoticons* foram trocados por etiquetas no padrão “emo\_categoria”, onde categoria poderia ser coracao, apx, triste, dentre outros. As palavras tiveram a grafia corrigidas e padronizadas, por exemplo, kkkk, hahaha, hehehe, rrsrs, e suas variações foram todas identificadas como “RISOS”.

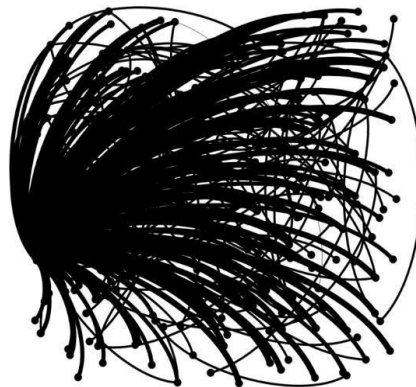
A representação escolhida para a análise foi feita por meio de sociogramas, onde as conexões são linhas e os atores são os pontos. Esse grafo é obtido através da importação da sociomatrix para o *software* Gephi, permitindo analisar a coleta de dados em relação à estrutura, composição e dinâmica em todos os seus elementos. Assim, é possível extrair informações essenciais da rede, identificando padrões e tendências gerais. Assim, dentre as possibilidades encontradas no Gephi, (BASTIAN; HEYMANN; JACOMY, 2009) foi utilizado os atores e os pesos atribuídos nas interações entre eles para a análise quantitativa a partir da primeira análise da rede feita por sociomatrix.

Num segundo momento, foi feito o método qualitativo da rede através da análise dos textos. Essa etapa foi realizada no *software* Iramuteq (RATINAUD, 2009), onde foi possível construir uma tabela com os segmentos de texto mais representativos divididos em classes, o Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente, o gráfico de Análise Fatorial de Correspondência (AFC), Análise de Similitude das palavras e nuvem de palavras (CAMARGO, 2013).

## Resultados

Primeiro, foi importada para o Gephi a planilha detalhada anteriormente, sendo obtido o gráfico mostrado na Figura 02. Percebe-se que não há uma distribuição lógica dos dados, estão todos desordenados e aleatórios no gráfico bruto.

Figura 03. Gráfico de distribuição aleatória de dados

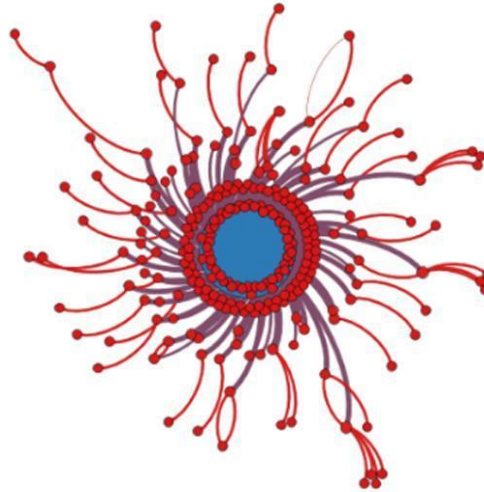


Fonte: Autor

Por isso, a segunda etapa da análise foi agrupar esses dados. Para o estilo de gráfico escolhido foi aplicado o algoritmo Force Atlas, que cria espécies de aglomerações entre os laços com mais ligações, forçando com que os dados fiquem ao redor do nó com mais conexões. Isso quer dizer que os principais atores ficam centralizados e os que interagem

com ele ficam ao redor. No caso analisado, percebe-se a forma de uma flor de dente-de-leão, com um único ponto central e vários pontos menores ao redor. A fim de organizar melhor, adotou-se o padrão de cor azul, branco e vermelho; o grau mínimo 10 para os nós menores e o grau máximo de 50; a força de repulsão de 10 mil; chegando na configuração exibida no gráfico da Figura 03.

Figura 03. Gráfico de distribuição pelo algoritmo Force Atlas



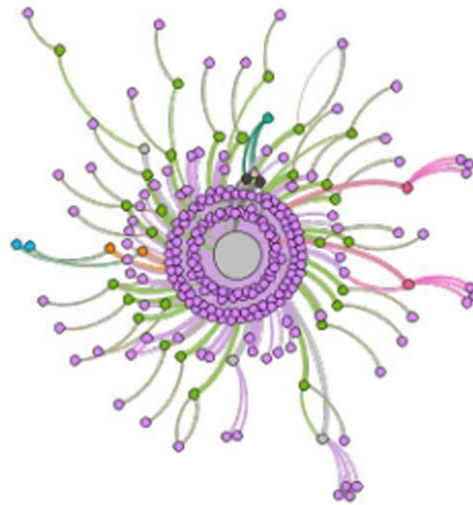
Fonte: Autor

O desenho obtido é característico da rede social digital centralizada e egocêntrica. Isso quer dizer que nessa rede, existe um único ator principal de grau máximo ao redor do qual estão todas as outras interações, que variam de acordo com o peso estabelecido na planilha inicial. A grande maioria dos sujeitos interage com esse único sujeito central que se conecta com toda a rede. Quanto maior o número de arestas ligadas à um nó, maior é o grau dele. Já em relação ao peso, quanto maior o peso, mais próximo do nó principal e maior é a atração, e quanto menor o peso, mais longe do ego central. Essencialmente, é o que é visto na plataforma, temos vários usuários comentando na foto de um único usuário, porém estes não replicam a interação, nem criam novas interações.

Entretanto, esse gráfico ainda não fornece todas as informações que podem ser extraídas da rede. Por isso, a partir do segundo gráfico, Figura 03, foi calculada a média do caminho da rede. Como consequência, pode-se observar quais são os caminhos mais fortes da rede, além de fornecer à avaliação novos atributos como a modularidade de classe. A partir da execução desse parâmetro, obteve-se o gráfico visto na Figura 04.



Figura 04. Gráfico do cálculo do caminho médio da rede (*betweness centrality*).



Fonte: Autor

Outro parâmetro é o *betweness*, que difere da modularidade de classe por indicar os caminhos mais fortes da rede, por meio do gradiente de cor. Mostra, portanto, a força dos caminhos ou as pessoas centralizadoras da rede, através do qual se pode percorrer a rede, por estarem conectados com vários usuários. Pode ser a pessoa mais popular, que tem mais seguidores interagindo, mas não quer dizer que necessariamente seja esta pessoa que faz a comunidade fluir, como é o caso em questão. Existe apenas um indivíduo central, a pessoa mais popular, no qual estão ligados todos os outros que não estão conectados entre si.

Na rede analisada em questão, observa-se que não há modularidade, ou seja, pequenas comunidades dentro de um conjunto maior de relacionamentos. Por isso, utilizou-se apenas o *betweness centrality* para estudar o comportamento da rede. Esse atributo divide, através de cores, o gráfico de comunidade em pequenos grupos de acordo com as interações existentes na rede. Aqui, foi obtido um alto nível de centralidade de 84,75% descrito em lilás, pois, conforme foi comentado, percebemos o padrão de vários usuários interagindo com o dono do perfil. Entretanto, pode-se perceber grupos menores destacados de outras cores (10,28% em verde e 0,71% em outras cores), exemplificando que existem outras relações, no caso, as menções. Um usuário comenta na conta marcando outros amigos que podem responder ou não ao comentário, ou seja, esse usuário deixa de ser destino e passa a ser o ator da interação, surgindo novos grupos. Apesar de terem sido encontradas mais de uma fonte de caminho de comunicação entre os atores, pode-se defender que as relações analisadas se centralizaram no ator central da rede.

Feita a análise quantitativa descrita anteriormente, partiu-se para a abordagem qualitativa dos dados, dada através da análise dos textos dos comentários. Por meio da

análise textual, foi possível verificar a existência de três classes de palavras por meio da relação de co-ocorrência entre as palavras, por meio do cálculo do valor do qui-quadrado ( $X^2$ ). Quanto maior o valor do qui-quadrado, maior a ocorrência conjunta das palavras.

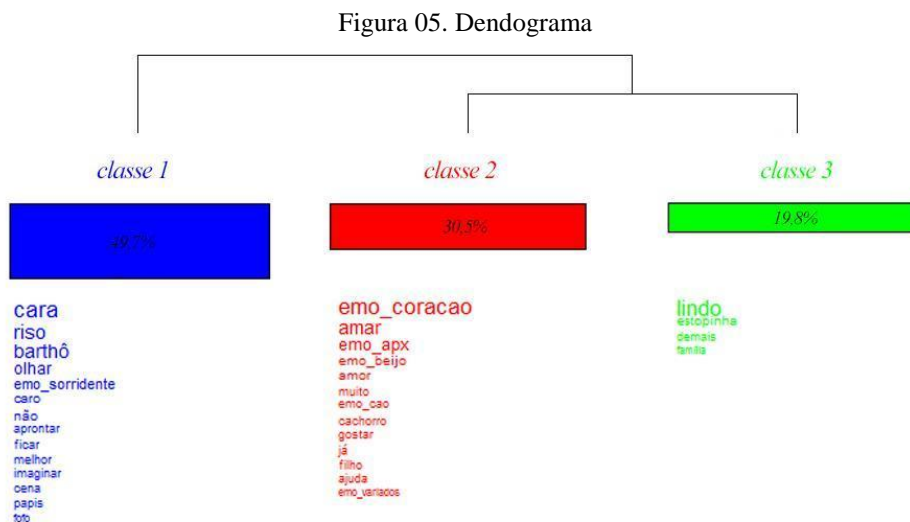
Na Tabela 01 pode ser observado as categorias textuais existentes: *Barthô*, *amor* e *Estopinha*, identificadas a partir de análises textuais computadorizadas, e os valores do qui-quadrado que foram obtidos em ordem decrescente em cada categoria. A Classe 1 relaciona o apelo afetivo dos seguidores com as feições dos animais, assim como, com o outro personagem, o Barthô. A Classe 2 estabelece a variedade de termos para expressar a “paixão” dos seguidores pela relação de família e os valores pregados pelos personagens, além dos próprios personagens. Por último, a Classe 3, mostra as maiores pontuações do qui-quadrado evidenciando a associação clara de vocábulos de admiração da Estopinha.

Tabela 01. Valores do qui-quadrado e categorias textuais

$X^2$	Segmentos de texto
Classe 1 = Barthô	
129.81	<i>olha a cara do barthô risos</i>
129.81	fizeram arte <i>olha a cara do barthô risos</i> emo_apx
116.72	a <i>cara do barthô</i> foi a melhor <i>risos</i>
116.72	gente fala sério como o <i>barthô</i> consegue <i>ficar</i> com essa <i>carinha</i> de culpado <i>risos</i> é muito fofo
111.52	essa <i>cara</i> que o <i>barthô</i> faz é ótima <i>risos</i> vontade de apertar
Classe 2 = Amor	
113.55	que olhar mais lindo do papis <i>emo_coracao</i> puro <i>amor</i> <i>emo_cao</i> que família linda <i>emo_beijo</i> maravilhosa <i>emo_apx</i> unida e abençoada <i>amo</i> vocês <i>emo_variados</i>
74.20	vocês dois são demais <i>amo muito</i> e o papis é gente boa beijo no <i>emo_coracao</i>
73.32	estopinha eu <i>amo</i> você me manda um bjo <i>emo_cao</i> <i>emo_coracao</i> <i>emo_variados</i>
69.50	<i>amo</i> todos <i>emo_coracao</i>
66.43	seus peraltinhas fofos <i>emo_apx</i> <i>emo_coracao</i>
Classe 3 = Estopinha	
142.45	<i>lindos demais</i> <i>estopinha</i> como posso me comunicar com você
129.83	<i>estopinha</i> e <i>barthô</i> vocês tem a <i>família</i> mais <i>linda</i> do mundo <i>emo_beijo</i> <i>emo_coracao</i>
125.60	<i>estopinha</i> linda
125.60	vocês são <i>lindos</i> <i>estopinha</i> e <i>barthô</i> vem para mogi das cruzeiras para nos conhecermos vem
125.60	papis vejo sua paixão pela filhota <i>estopinha</i> muito <i>lindo</i>

Fonte: Autor

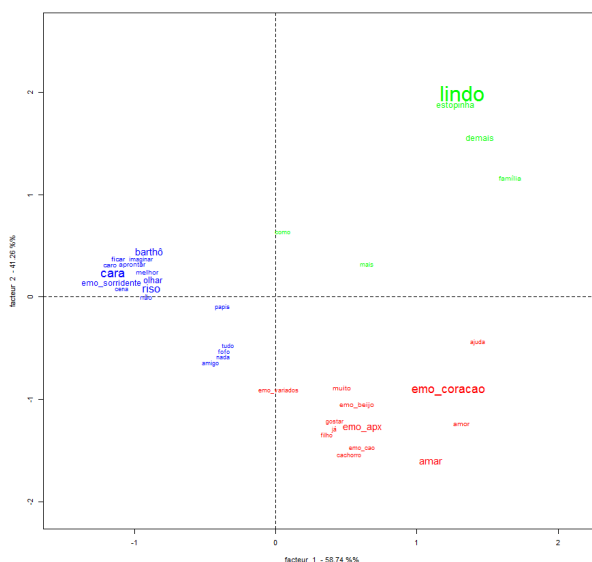
Em seguida, a Figura 05, apresenta o dendograma com as três classes, uma partição contendo a classe 1 com 49,7%, com maior relação ou maior proximidade; e uma outra partição subdividida em duas categorias: as classes 2, com 30,5%, e a 3ª classe, com 19,3%.



Fonte: Autor

Também foi realizada uma Análise Fatorial de Correspondência (AFC), por meio da qual foi possível identificar as categorias listadas e a relação estabelecida de intimidade ou proximidade entre os termos mais recorrentes na análise do *corpus*, como pode ser observado na Figura 06.

Figura 06. Análise Fatorial de Correspondência



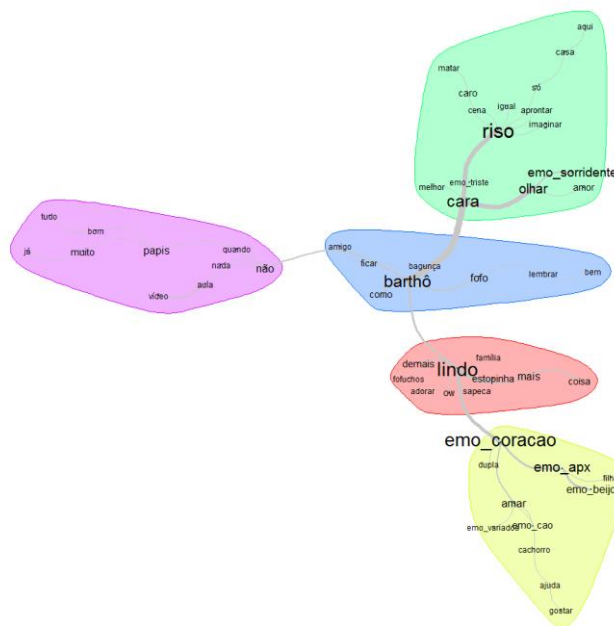
Fonte: Autor

A Análise de Similitude possibilita a construção da árvore de relacionamentos, a partir das palavras mais citadas no texto e outros termos relacionados nos comentários.

Como pode ser visto na Figura 07, estão agrupados em blocos de cores diferentes os termos de maior interação. Tais blocos abrangem os termos que flutuam ao redor das palavras-chaves identificadas anteriormente no dendograma. Na figura central do personagem Barthô, relacionou-se aos adjetivos de valores positivos como fofo e amigo, reforçando o apelo afetivo das fotos analisadas.

Um outro bloco de interação forte se deu por meio da empatia dos usuários com os perfis, como cara (remetendo ao rosto/feições dos cachorros), riso, olhar, *emoticon* de sorriso. Além de outros grupos minoritários de características também positivas, tais como lindo, fofuchos, sapecas e as várias expressões acerca do sentimento de amor/afeição (*emoticon* de coração, beijos, apaixonados), revelando a identificação das pessoas que comentam com os personagens retratados no perfil, coerente com os 80% de comentários positivos do público (160 ocorrências entre 200 comentários analisados).

Figura 07. Análise de Similitude



Fonte: Autor

Por fim, a Nuvem de Palavras obtida através da representação gráfica em função da frequência de palavras. Quanto maior o tamanho das palavras e mais centralizada, maior é a frequência nos textos dos comentários analisados. Conseqüentemente, as menores e mais periféricas correspondem as palavras de menor frequência. Conforme pode ser observado na Figura 08, as palavras de maior representatividade correspondem a tudo que foi discutido previamente e aos dados obtidos nas demais análises.

Figura 08. Nuvem de Palavras



Fonte: Autor

### Considerações finais

A partir das análises feitas, pode-se ilustrar o funcionamento e o padrão de rede característico do Instagram. As redes possuem uma estrutura cujas relações se deram quase que inteiramente centralizadas no autor do perfil, ao passo que os seguidores comentam, curtem e mencionam nas fotos e, dificilmente, recebem um *feedback*. Tem-se um autor principal que centraliza todas as interações e liga todos os usuários.

Por convergência, JENKINS (2009) refere-se aos conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Segundo JENKINS (2009), “Quando as pessoas assumem o controle das mídias, os resultados podem ser maravilhosamente criativos.”.

Dessa forma, tem-se que no perfil analisado, a personagem é a Estopinha uma cadela famosa, cujas interações permeiam numa relação transmidiática, pois trafega tanto nas mídias de massa como a televisão, como também se faz presente nas diversas plataformas *online*. Diversas vezes é possível observar uma mensagem construída num meio e continuada em outras plataformas. Assim, estabelece-se novas formas de consumo desse conteúdo que alimenta a página do Instagram.

O capital social tem enorme peso, pois a página, além de fornecer entretenimento pelo caráter descontraído e coloquial das situações corriqueiras de quem tem um animal doméstico em casa, promove identificação dos usuários que seguem o perfil com os valores promovidos pela página. Seja pelo conteúdo que alimenta as postagens, traduzindo e

personificando os pensamentos da cadelinha, seja pela representatividade dos próprios valores das causas animais que a personagem carrega.

Há muito ainda a se aprender sobre a formação de redes sociais, a fluência de ideias e informações por meio de associações humanas no ciberespaço. Para COSTA (2005), “o que já está claro, é que estar diante de um fenômeno que força os sujeitos a pensarem diferentemente sobre a maneira como se organizam em grupos e comunidades”.

Portanto, a partir do estudo realizado, pode-se analisar um processo de esclarecimento de como se dão as relações sociais nesse novo contexto, assim como, compreender como as redes formam comunidades com interações, que, por sua vez formam laços, podendo ser analisadas a partir da dinâmica de sua estrutura e do capital social correspondente.

## Referências

BASTIAN, M.; HEYMANN, S.; JACOMY, M. **Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks**. International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 2009. Disponível em: <<https://gephi.org/publications/gephi-bastian-feb09.pdf>>. Acesso em: 14 de abril 2016.

CAMARGO, B. Z., JUSTO, A. M. **Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ**. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>>. 2013. Acesso em: 12 de abril de 2016.

COSTA, R. **Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva**. Interface - Comunic, Saúde, Educ, v.9, n.17, p.235-48, mar/ago, 2005.

FRAGOSO, S. RECUERO, R. AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. - São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2002.

LÉVY, P. **Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa**. São Paulo: 1999.

O'REILLY, T. **What Is Web 2.0**. O'Reilly, 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em 14/07/2016.

RATINAUD, P. **IRAMUTEQ: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires, Computer software**. 2009. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/>>. Acesso em: 14 de abril de 2016.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOARES, A. K. S. et al. **Análise informatizada de dados textuais: Introdução ao uso do IRAMUTEQ**.