



## **A Sociabilidade na Rede Social Segmentada Skoob: O Papel dos Laços Fracos para a Agregação de Conhecimento<sup>1</sup>**

Raquel Costa de FARIAS<sup>2</sup>  
Adriana Alves RODRIGUES<sup>3</sup>

Universidade Estadual da Paraíba

### **Resumo**

O presente artigo busca compreender o formato de relacionamento social da rede social segmentada Skoob, uma rede social brasileira voltada para pessoas que gostam de ler, assim como a maneira que os laços fracos, presentes nas relações entre os atores sociais, podem influenciar para a agregação de conhecimento e no formato de sociabilidade dos usuários que interagem através dessa rede. A fim de esclarecer a problemática proposta, esse artigo também busca através de uma pesquisa exploratória baseada no estudo de dois grupos da rede de nicho Skoob, como se dá a interatividade e como acontecem as trocas simbólicas entre os usuários dessa rede.

**Palavras-chave:** Skoob; Redes sociais segmentadas; Laços fracos; Sociabilidade

### **Introdução**

Com o surgimento das redes sociais, o modelo de relacionamento social tem modificado cada vez mais sua estrutura: as pessoas não só a estão utilizando para manter contatos, como também para criação deles. Desde 2012, um formato que vem ganhando cada vez mais seguidores são as Redes Sociais Segmentadas (RSS) ou redes de nicho, que são redes destinadas a uma única temática. Seus focos variam, podendo se voltar à área da saúde, profissional, cultural etc. Diferentemente de uma rede social aberta como o Facebook ou Twitter, que não possuem um foco de assuntos determinados para serem tratados, as Redes Sociais Segmentadas abrangem um único segmento.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II 08 Estudos Interdisciplinares da Comunicação – do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014, em João Pessoa – PB.

<sup>2</sup> Graduada do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, email: [raquelcostadefarias@hotmail.com](mailto:raquelcostadefarias@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professora orientadora. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), da Pós-graduação em Mídias Digitais, Comunicação e Mercado da Cesrei, de Jornalismo e Convergência Midiática pela Faculdade Social da Bahia (FSBA – Salvador) e de Mídias Digitais e Convergência pela Faculdade Superior da Paraíba (FESP – João Pessoa). Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (linha Cibercultura) pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Email: [adrianacontemporanea@gmail.com](mailto:adrianacontemporanea@gmail.com)



Nas Redes de Nicho ou Segmentadas, o motivo inicial para o estabelecimento dos vínculos sociais entre os atores não são os laços sociais já preestabelecidos entre eles, e sim a noção de pertencimento, caracterizada a partir da interação dos atores com o grupo ou instituição, ou seja, o indivíduo passa a fazer parte de um determinado grupo por se sentir pertencente a ele. Consequentemente, a partir dessas interações é que serão criados os laços sociais. Existem inúmeras definições para classificar os tipos de laços que são criados durante as interações. No entanto, no presente artigo, tomaremos por base os apontamentos de Mark Granovetter (1983), que define os laços sociais como fortes e fracos, para assim tentarmos compreender como se dá a sociabilidade nas redes sociais segmentadas.

Segundo Granovetter, os laços fortes se definem pela relação de intimidade, e os fracos são compostos por relações mais distantes. Segundo o autor, os laços fracos são mais importantes que os fortes, pois são eles que vão constituir uma ponte entre os grupos (constituídos de laços fortes). Essa ponte irá proporcionar aos grupos mais conhecimento e inovação, através do conhecimento que provém de outros grupos.

Manuel Castells (2009) reforça os argumentos de Granovetter quando cita a importância dos laços fracos “no fortalecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo” (CASTELLS, 2009, p. 445). Baseado nesse contexto, pode-se compreender que indivíduos que se relacionam através de laços fracos possibilitam o surgimento de novas oportunidades de relacionamento social e de ganho de conhecimento. No entanto, como se dá a sociabilidade entre os usuários de uma rede social segmentada? De que maneira seria possível observar a importância desses laços fracos em uma rede de nicho como o Skoob? Eles poderiam contribuir para a agregação de conhecimento entre os usuários dessa rede?

Neste contexto, o objetivo desse artigo é procurar compreender como se dá a sociabilidade do usuário que interage através das redes sociais segmentadas, em especial a RSS Skoob – que é uma rede voltada para pessoas que gostam de ler, no qual os usuários podem interagir, trocar livros e compartilhar opiniões sobre temas determinados – e como os laços fracos podem influenciar na agregação de conhecimento desses atores.

Para compreender melhor a problemática citada, tomaremos por base os apontamentos de Mark Granovetter (1983), que observa nos laços fracos uma importância para o ganho de conhecimento, assim como as contribuições de André Lemos (2002) e Manuel Castells (2003) sobre comunidade virtual e individualismo em



rede, além das contribuições de Raquel Recuero (2009) sobre o desenvolvimento e estrutura das redes sociais na internet. Por fim, analisaremos especificamente a rede social segmentada Skoob, a fim de, ao menos, verificarmos a hipótese de que os laços fracos podem contribuir de maneira positiva para a sociabilidade do usuário que faz uso dessa rede como meio de interação social, e se esses laços fracos também podem gerar agregação de conhecimento para o ator.

## 1 OS LAÇOS FRACOS A SEGMENTAÇÃO EM REDE E A SOCIABILIDADE

Os laços sociais estabelecidos entre os atores são gerados a partir da interatividade. Esses laços são mais conhecidos como laços relacionais, pois são compostos de relações e interações. Esse é um processo que se baseia em uma espécie de colaboração e troca, em que as decisões são refletidas no outro. Seja ele um indivíduo ou um grupo envolvido, a ação de um sempre dependerá do outro.

A rede de nicho possui um público segmentado, por isso a interação não parte de laços sociais já preexistentes entre os atores, e sim da sua relação com o grupo ou instituição, através de laços associativos. A esse respeito, Recuero (2009), sobre as contribuições de Breiger (1974), afirma que o laço social pode ser estabelecido através de associação, caracterizado por um sentimento de pertencimento do ator para com o grupo.

O laço social não depende apenas de interação. Laços relacionais, deste modo, são aqueles constituídos através de relações sociais, apenas podem acontecer através da interação entre os vários atores de uma rede social. Laços de associação, por outro lado, independem dessa ação, sendo necessário unicamente, um pertencimento a um determinado local, instituição ou grupo. (RECUERO, 2009, p. 39)

Existem várias definições para classificar os tipos de laços sociais. Dentre elas a de que eles podem ser definidos através de sua intensidade, como fortes e fracos, como afirma Mark Granovetter (1983). Segundo o autor, os laços fortes se definem pelo alto nível de confiança entre as pessoas; normalmente elas se identificam e compartilham de um mesmo espaço social, semelhante a um *cluster*<sup>4</sup>. Em contrapartida, os laços fracos se caracterizam por relações mais distantes e funcionam como conectores desses *clusters*. Para Mark Granovetter, os laços fracos são importantes porque impulsionam os grupos a explorarem novas ideias, novas possibilidades e evoluir em termos de conhecimento.

---

<sup>4</sup> Grupo de nós mais conectados entre si em uma rede.



Para ele, a importância desses laços pode ser observada tanto através das relações vivenciadas no ambiente *online*, quanto no *offline*.

Para Granovetter, as pessoas que possuem poucas relações de laços fracos serão seres “limitados”. Ele também ressalta que, para haver interação entre os grupos, é necessário que exista um “sentimento de identificação”, afinal nenhum grupo se relaciona com outro sem que haja ao menos algum assunto em comum, semelhante a situações vivenciadas no ambiente *offline*. Assim como Mark Granovetter, Manuel Castells (2009) observa a possibilidade do ator agregar conhecimento, por intermédio dos laços fracos.

Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas possibilidades a baixo custo [...] De fato, tanto online, quanto *offline*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto reconhecimento. (CASTELLS, 2009, p. 445)

Assim como uma rede social aberta (Facebook ou Twitter), a estrutura da rede social segmentada também se organiza basicamente por um grupo maior constituído pela rede social segmentada e, dentro dela, várias “comunidades” que segmentam ainda mais a temática, possibilitando interação tanto por parte dos usuários das comunidades (entre eles), como também interação de um ator de uma determinada comunidade A com a comunidade B.

Tanto nas relações dentro dos grupos que se estabelecem dentro da rede social segmentada como nas relações entre os vários grupos dessa rede, identificaremos na maioria das vezes a presença de laços fracos, sendo que nos grupos, ao invés de laços fortes como encontrados nos *clusters*, que aqui serão semelhantes a comunidades, teremos laços fracos com um maior índice de interações, pois para existir laços fortes é necessário que haja muita interação entre os atores. Apesar de ser cogitada a possibilidade da existência de laços fortes nas redes sociais, ela é bem difícil de ser observada, já que nas redes sociais as relações são mais esparsas e não há um comprometimento efetivo por parte dos atores sociais em interagir continuamente.

Essa relação existente entre os atores vai existir até quando um ou mais deles decidirem se desligar delas. É importante ressaltar que essa afirmação não é generalista, cada caso deve ser analisado separadamente, até porque outros fatores, como o capital social, também auxiliam na identificação do tipo de laço social que se forma entre os atores, pois o mesmo vai tratar do conteúdo dessas conexões.



Segundo Recuero (2009), não há uma concordância entre os autores quanto à definição de capital social, mas uma semelhança encontrada em todas as definições é a de que “o conceito refere-se a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais”. (RECUERO, 2009, p. 45). Para Coleman, um dos autores citado por Recuero, o capital social está nas relações, não nos atores.

Como exemplos de formas de capital social estão as organizações que permitem aos indivíduos atingir seus objetivos: a força dos laços sociais que transações aconteçam com confiança. Esse capital proporciona confiança na ação social por parte dos grupos e indivíduos. (Recuero, 2009, p.48)

Dessa forma, baseado no conceito de Coleman sobre capital social, podemos compreendê-lo como atrelado à relação de confiança e credibilidade que é gerada a partir das relações entre os atores. Ou seja, para poder identificar o tipo de laço social que se estabelece a partir das interações, é importante também analisar o seu conteúdo, já que a força dos laços, de acordo com esse conceito, é definida a partir do grau de intimidade entre os atores.

Vários estudos realizados sobre sociabilidade demonstram como as pessoas estão estendendo suas relações sociais para além de seu espaço geográfico. Esse comportamento se dá principalmente por essas pessoas estarem buscando na rede uma aproximação por afinidade. Segundo Castells (2003), essas redes estão sendo montadas de acordo com as escolhas dos atores sociais, sejam eles indivíduos, famílias ou grupos sociais. No ciberespaço existem inúmeras redes sociais segmentadas, que tratam de assuntos dos mais diversos, onde a temática abordada pela rede é o que vai definir o perfil dos participantes. Segue abaixo alguns dos segmentos abordados pelas redes de nicho.

<b>SEGMENTO</b>	BELEZA
<b>LINK DA REDE</b>	adoromaquiagem.com.br
<b>RESUMO</b>	Destinada a usuários que gostam de maquiagem, essa rede possibilita a interação entre usuários que se identificam com esse meio, a pagina disponibiliza aplicativos e vídeos que facilitam a interação.
<b>SEGMENTO</b>	DIABETES
<b>LINK DA REDE</b>	Jamediu.com.br
<b>RESUMO</b>	Rede destinada a portadores da diabetes



<b>SEGMENTO</b>	FOTO
<b>LINK DA REDE</b>	flickr.com
<b>RESUMO</b>	Rede voltada para usuários que desejam compartilhar suas fotos, bem como seus álbuns
<b>SEGMENTO</b>	GATRONOMIA
<b>LINK DA REDE</b>	receitaculo.com
<b>RESUMO</b>	Rede voltada para quem gosta de cozinhar e compartilhar receitas
<b>SEGMENTO</b>	IDIOMAS
<b>LINK DA REDE</b>	livemocha.com
<b>RESUMO</b>	Essa é uma rede direcionada a quem deseja aprender novos idiomas.
<b>SEGMENTO</b>	MODA
<b>LINK DA REDE</b>	Fashion.me
<b>RESUMO</b>	Essa rede possui um foco determinado ao universo da moda, mantendo os usuários bem informados das últimas tendências.
<b>SEGMENTO</b>	PLASTICO
<b>LINK DA REDE</b>	rededoplastico.com.br
<b>RESUMO</b>	Rede voltada para o mercado do plástico no Brasil, essa rede possibilita a relação de empresas com fornecedores desse meio.
<b>SEGMENTO</b>	PROFISSIONAL
<b>LINK DA REDE</b>	br.linkedin.com
<b>RESUMO</b>	Rede destinada à exposição de perfis profissionais.
<b>SEGMENTO</b>	SKOOB
<b>LINK DA REDE</b>	skoob.com.br
<b>RESUMO</b>	Rede voltada para quem gosta de ler, além de proporcionar troca de livros entre os usuários.

Tabela 1 – Lista de Redes Sociais segmentadas. Fonte: Elaboração Própria

O usuário pode, de acordo com seu pensamento, ideologia ou estilo, participar não só de uma rede social segmentada, mas de mais de uma delas. Manuel Castells (2003) inclusive fala sobre essa capacidade de expansão social, quando afirma que os usuários têm a possibilidade de criar seus “portfólios de sociabilidade”:



As redes on-line tornam-se formas de “comunidades especializadas”, isto é, formas de sociabilidade construídas em torno de interesses específicos. Como as pessoas podem facilmente pertencer a várias dessas redes, os indivíduos tendem a desenvolver seus “portfólios de sociabilidade”, investindo diferencialmente, em diferentes momentos, em várias redes com barreiras de ingresso e custos de oportunidade baixo. (CASTELLS, 2003, p. 110)

Com base nessa análise, podemos compreender que nas redes sociais segmentadas os laços podem se estabelecer tanto entre os atores sociais através de laços fracos, quanto do ator para com o grupo no qual ele se relaciona, por intermédio de laços associativos. Também compreendemos que o ator social tem a possibilidade de migrar seu perfil para mais de uma rede social segmentada, podendo, como afirma Castells, criar seus “portfólios de sociabilidade” e investir diferencialmente nas que desejar e em diferentes momentos.

## **2 REDE SOCIAL SEGMENTADA SKOOB: PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS**

O Skoob é uma rede social segmentada brasileira, voltada para pessoas que gostam de ler. A rede foi criada no ano de 2009 por Lidenberg Moreira, com o intuito de unificar pessoas com os mesmos gostos literários. O diferencial da rede é trabalhar em uma plataforma interativa que proporciona aos usuários a possibilidade de trocar mensagens e também de trocar livros (perfil plus)<sup>5</sup>, bem como a de expor o status de leitura e exibir os livros que os usuários estão lendo ou que desejam ler, através da “estante virtual”, atrelada às informações do perfil do usuário.

Desde sua criação em 2009, o público do Skoob vem crescendo e se consolidando a cada dia. Em 2012 a margem de perfis ativos nessa rede já girava em torno de 675.000 usuários<sup>6</sup>. Além dos usuários, a rede também abre espaço para editoras que desejam divulgar seus livros na página. O método de interação entre os usuários dessa rede pode ser basicamente de duas maneiras: pela busca do perfil do outro usuário, como também através dos grupos, que funcionam como uma comunidade, que vão unir os membros de acordo com sua temática.

---

<sup>5</sup>A mudança do perfil do usuário para “plus” possibilita a troca de exemplares entre os membros desse mesmo perfil.

<sup>6</sup>Dados disponíveis em://[www.editora.fgv.br/blog/2012/06/](http://www.editora.fgv.br/blog/2012/06/) Acesso em 19 de fevereiro de 2014.



Os laços estabelecidos entre os atores, por se tratar de uma rede social, dificilmente serão fortes, como afirma Recuero (2009) quando faz referência aos apontamentos de Wellman (1997). Segundo o autor, em uma rede social é difícil observar um compromisso em interagir por parte dos atores. Eles normalmente criam e desfazem relações com muita facilidade, pois não estipulam tempo determinado para elas. Um dos fatores que podem influenciar no prolongamento ou término das relações é o aprofundamento dos laços, que pode ser mensurado a partir da troca do capital social entre os usuários.

De acordo com Granovetter (1983), os laços fracos conectores dos *clusters* agregam conhecimento e trazem inovação aos membros dos *clusters* envolvidos, pois funcionam como uma espécie de ponte que proporciona um contato entre grupos diferentes. No presente artigo, entenderemos os *clusters* como semelhantes aos grupos de convívio social particular de cada ator, constituído de laços fortes, e conectores, semelhantes aos laços fracos que ligam esses atores aos grupos da rede de nicho Skoob.

Após a discussão da teoria empreendida, optamos por utilizar um estudo de caso por ilustração, metodologia desenvolvida no grupo de estudos em Jornalismo Online – GJOL<sup>7</sup>, pelos pesquisadores da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e que se configura como “uma etapa de um processo de combinação de metodologias que objetiva a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto” (PALACIOS; MACHADO, 2007), além de considerar aspectos qualitativos e revisão bibliográfica do objeto estudado. Yin (2005) complementa as definições e define estudo de caso como “uma investigação empírica” que considera dois aspectos: “(1) investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto na vida real, especialmente quando (2) os limites entre o fenômeno e contexto não estão claramente definidos” (p. 32).

Neste tipo de metodologia híbrida, três etapas são percorridas, quais sejam: 1) Revisão preliminar da bibliografia; 2) Delimitação do objeto com a formulação das

---

<sup>7</sup>Pioneiro no Brasil, o GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online – desenvolve pesquisas no campo do Webjornalismo e das Novas Tecnologias de Comunicação desde 1995. Atualmente sob a Coordenação do Prof. Marcos Palacios, o GJOL foi originalmente criado pelos Professores Elias Machado (hoje na UFSC) e Marcos Palacios (UFBA), como um Grupo de Pesquisa do CNPq, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Com o desenvolvimento dos trabalhos, a formação de novos pesquisadores e o alargamento do âmbito de suas atividades, o GJOL hoje configura-se como uma Rede de Pesquisa, envolvendo pesquisadores de várias Universidades Brasileiras, em diversos Programas de Pós-Graduação.





hipóteses de trabalho; e 3) Elaboração das categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos pesquisados. Assim, com base nos pressupostos acima, elaboramos duas categorias de análise para cercar o nosso objeto: a) Trocas simbólicas (intercâmbio de informações dentro da comunidade); e b) Interatividade (como as interações ocorrem na rede social).

Produzidas as categorias de análise, em seguida selecionamos as comunidades *Filosofia e Psicologia* por ambas apresentarem o maior número de atores sociais envolvidos no mesmo ambiente. Desta forma, a seleção está baseada nos critérios básicos do objeto de estudo, que são: “originalidade, representatividade e diversidade” (MACHADO; PALACIOS, 2007, p. 204), que visa facilitar esta fase da pesquisa, a de seleção. A seguir, a análise propriamente dita bem como os resultados e discussão.

### 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A rede social segmentada (RSS) Skoob, assim como a maioria das redes de nicho, é basicamente composta estruturalmente por um grupo maior, representado pela rede como um todo. Compondo essa rede temos vários subgrupos, semelhantes às comunidades. Cada grupo abrange uma temática de leitura específica e é composta por atores que se identificam com ela. O poder de decidir fazer parte de apenas uma comunidade, ou de várias, fica a critério do usuário.

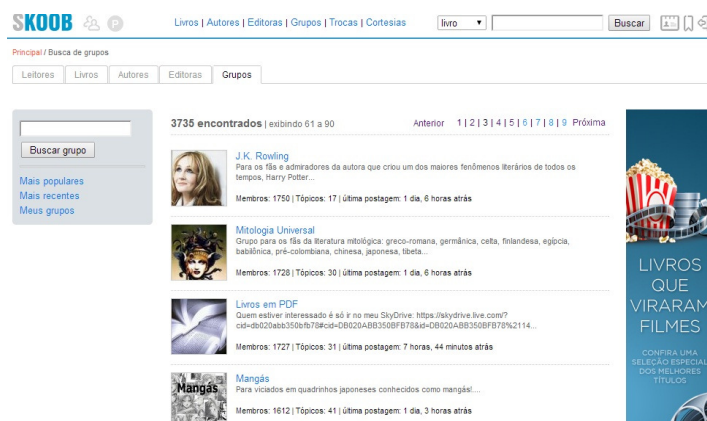


Figura 1 – Página inicial dos grupos mais populares do Skoob

Analisaremos dois grupos distintos, que aqui chamaremos de comunidades, a fim de compreendermos como se dá a sociabilidade entre os membros dessa rede social segmentada e como os laços fracos, que conectam esses atores dentro desses grupos,



podem influenciar para a agregação de conhecimento. Tomaremos por base as comunidades de: Filosofia e Psicologia da RSS Skoob.

### 3.1 Comunidade: Filosofia

A comunidade de Filosofia é constituída atualmente por 1391 membros, dois moderadores, três comunidades a ela vinculadas, doze livros e doze autores relacionados a esse campo de atuação. Essa comunidade foi criada dia 15 de maio de 2010 pela usuária Rose.

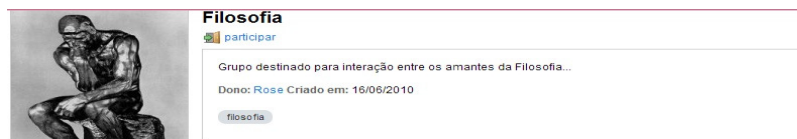


Figura 2 – Página inicial do grupo “Filosofia”.

O tópico escolhido para análise é o referente à indicação de um bom livro de Filosofia. Nele percebemos que os atores compartilham ideias sobre a sugestão de bons livros sobre essa área.



Figura 3- Primeira página do tópico “Indique um bom livro de filosofia”



Figura 4 – Segunda página do tópico “Indique um bom livro de filosofia” da comunidade de filosofia

Nas postagens dos membros da comunidade, referente ao tópico citado, só um membro do grupo responde duas vezes à discussão. Seu nome é Anderson, e ele também é o autor da pergunta, tema do tópico. Fora ele, não há outros usuários que se manifestem novamente, até porque, aparentemente, eles já deram suas “contribuições” com sugestões de livros e autores. De certa forma, já ter participado os isenta de fazer novas postagens. Também identificamos nessas interações indícios de uma relação composta por laços fracos, onde se observa claramente que não há um compromisso entre os atores de ficar interagindo. O conteúdo das informações que são trocadas também não expira intimidade ou confiança, atribuições de uma relação composta por laços fortes.

Nas interações podemos perceber que os atores sociais compartilham informações, que acontecem por intermédio de trocas simbólicas entre os usuários. Tais trocas vão atribuir valor ao que é compartilhado, apresentado em forma de conhecimento. Ou seja, através da troca de informações, eles tanto podem expor conhecimento, como também atribuí-lo.

Em meio às postagens, é possível perceber como os membros que se mobilizaram em contribuir com seu conhecimento são conscientes das impressões que podem causar nessa comunidade. Eles participam já baseados em como o grupo irá reagir e contribuir com a discussão. Os que não conhecem as obras, ou os autores citados, não se mobilizam em participar; no entanto, não deixam de absorver a informação e de agregar conhecimento.

### 3.2 Comunidade: Psicologia

Essa é uma comunidade composta por 886 membros, um moderador e dezoito obras relacionadas a essa temática. Ela não possui nenhuma comunidade vinculada, nem há outros autores especificados nessa página referentes a essa área de atuação. A página da comunidade funciona desde 13 de Julho de 2010, e pertence ao usuário Ercio.

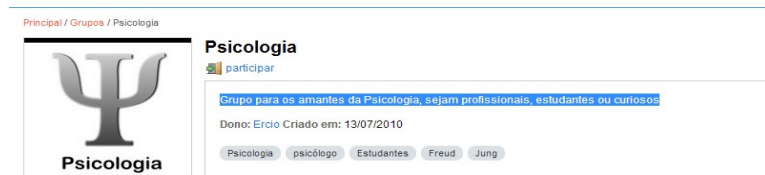


Figura 5 – Página inicial do grupo de Psicologia

Na comunidade “Psicologia”, os membros do grupo, através do tópico “Quantos psicólogos. Algum 'seguidor' de Jung?” também trocam ideias sobre um determinado autor “Jung”, que trabalha a partir de um ramo da psicologia. Nesse espaço os usuários compartilham conhecimentos sobre essa área.



Figura 6 – Primeira página do tópico “Quantos psicólogos. Algum “seguidor” de Jung?” da comunidade de psicologia.

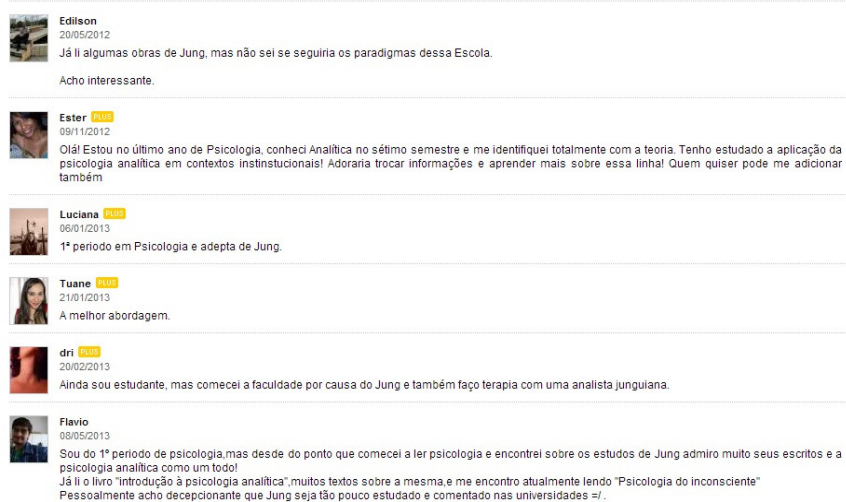


Figura 7 – Segunda página do tópico “Quantos psicólogos. Algum “seguidor” de Jung?” da comunidade de psicologia.

Nesse tópico os membros interagem e compartilham ideias sobre o autor em questão, “Jung” e sobre sua teoria. Percebemos que, diferentemente das interações entre os membros da comunidade de filosofia, que apenas centralizam suas contribuições no tópico da discussão, na comunidade de psicologia alguns membros se disponibilizam a prolongar esse compartilhamento de informações para além da discussão em questão, através da sugestão de links de outras redes, ou através de uma conversa mais reservada em seus perfis.

Nessas interações podemos perceber claramente notórios indícios de laços fracos, pois as relações não expiram intimidade. A única semelhança entre eles é o fato de terem um gosto literário em comum. Também não há uma sequência quanto à ordem das interações, ou seja, eles apenas vão se pronunciar quando sentirem vontade para fazer isso.

As trocas simbólicas efetuadas entre os atores se caracterizam pelo valor agregado à informação que está sendo compartilhada entre os atores em forma de conhecimento. Os que preferem não opinar, querendo ou não, já adquirem conhecimento apenas em ler as discussões; quem contribui com elas é porque sente que tem o domínio do assunto.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS



A rede social segmentada é uma rede que vem se consolidando e ganhando cada vez mais adeptos. Essa segmentação dos grupos se deve a partir do desejo dessas pessoas de estarem juntas, e também de suprirem suas necessidades de conhecimento, companhia, relacionamentos e semelhanças.

Através desta análise, podemos constatar que esses grupos que encontramos atualmente nas redes sociais não podem mais ser comparados como um retorno ao comunitarismo. A comunidade estaria mais caracterizada como uma característica da rede, pois além de suas interações não serem mais representadas por laços fortes, e sim por laços fracos, estes estão mais caracterizadas com o individualismo em rede, onde o indivíduo deve ser analisado sob uma perspectiva individual, uma vez que tem válido seu poder de escolha.

Com base na análise feita a partir das interações e trocas simbólicas das comunidades de Filosofia e Psicologia do Skoob, percebemos que os laços fracos são importantes para a agregação de conhecimento e que eles podem influenciar para uma melhor socialização desses usuários. Mark Granovetter (1983), em sua pesquisa sobre a força dos laços fracos, afirma que os laços fracos são mais importantes que os fortes porque podem atribuir ao ator conhecimento de diferentes grupos, diferentes do seu.

Essa não deve ser considerada uma afirmação generalista, cada caso deve ser analisado separadamente para assim se obter resultados mais concretos, mas constatamos, através do presente estudo realizado, que os laços fracos têm sim muita força, que se mostra capaz de agregar informações em forma de conhecimento ao ator que interage através da rede social segmentada analisada neste artigo.

Por se tratar de uma temática se consolidando academicamente, trabalhos futuros poderão ser melhor contextualizados, aprofundando e explorando em diversos focos de abordagens, como comunidades de fãs e de produtos culturais, por exemplo. Consideramos a pesquisa de modo inconcluso, na tentativa de compreender o fenômeno mais de perto, tendo em mente que esse tipo de abordagem ainda carece de base teórica e outras pesquisas que fundamentem ainda mais a teoria em questão.

## **Referências bibliográficas**

ALLIMAGEM. **Redes sociais segmentadas: o futuro das redes sociais**. Disponível em: <<http://migre.me/fy6ug>>. Acesso em: 02 nov. 2013.



ATANASIO, Bruno. **Entrevista com a co-fundadora da Rede Social Skoob**. Disponível em: <<http://lireliogostei.com.br/2013/01/23/entrevistaco-fundadoraskoob/>>. Acesso em: 02. Jan. 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. vol. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

\_\_\_\_\_. **A Galaxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DANIOTTI, Marcela. **Redes sociais segmentadas: o que são e como funcionam**. Disponível em: <<http://migre.me/fy650>>. Acesso em: 02 nov. 2013.

GLEDYZ, Hanna; SANDRINELLI, Emilia. **Skoob: sociedade dos livros**. Disponível em: <<http://biblio.info/skoob-sociedade-dos-livros/>>. Acesso em: 02 Jan. 2014.

GRANOVETTER, Mark. The Strength of weak ties: a network theory revisited. In: **Sociological Theory**. San Francisco: Randall Collins, 1983. (série Jossey- Bass, V. 1. P. 2001-2233).

JUNIOR, Amilton. **Redes sociais segmentadas são tendência em 2013**. Disponível em: <<http://migre.me/fy6hK>>. Acesso em: 02 nov. 2013.

KAUFMAN, Dora. **A força dos laços fracos de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço**. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/5336/7580>>. Acesso em: 23 dez. 2013.

LEMOS, André. **Cibercultura: Tecnologias e Vida Social na Cultura Contemporânea**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **A inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Edições Loyola. 2007.

MONTENEGRO, Chico. **Redes sociais segmentadas ganham espaço e focam em conteúdo especializado**. Disponível em: <<http://migre.me/fxCDZ>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

PALACIOS, Marcos (Eds). **As janelas do Ciberespaço**. Porto alegre: Sulina, 2001.

PALACIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Ciberespaço: apontamentos para discussão. In: Fausto Neto, A.; Pinto, M.: **O Indivíduo e as Mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SPINASSÉ, Marcelo. **Segmentação: tendência das redes sociais**. Disponível em: <<http://migre.me/fxCET>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

TEIXEIRA, Carlos Alberto. **Redes sociais segmentadas**. Disponível em: <<http://migre.me/fxzYT>>. Acesso em: 12 fev. 2014.