

POPULARIDADE E VISIBILIDADE EM REDES SOCIAIS *ONLINE*: NEGOCIAÇÃO DE CAPITAIS SOCIAIS EM MEIO DIGITAL PARA AMPLIAÇÃO DE AUDIÊNCIA¹

JUNOT DE OLIVEIRA MAIA*
DENISE BÉRTOLI BRAGA**

RESUMO

O presente estudo propõe uma análise dos fatores que promovem a visibilidade e popularidade de determinadas postagens *online*. Com base em um vídeo, postado no *YouTube*, que obteve cerca de 5 milhões de visualizações, a pesquisa indica fatores que podem explicar a popularidade e a visibilidade – capitais sociais propostos por Recuero (2009) – do vídeo analisado e o seu impacto no âmbito da circulação social da internauta investigada. Essas questões são relevantes para entendermos novas possibilidades de participação em sociedade de sujeitos simbolicamente periféricos.

PALAVRAS-CHAVE: Popularidade, visibilidade, audiência, redes sociais *online*.

1. INTRODUÇÃO

Renê Silva, aos 17 anos, usou o seu perfil na rede social *Twitter* para dar voz aos fatos que ocorriam durante a invasão militar ocorrida no Complexo de favelas do Alemão, lugar onde reside. Em dois dias, seu perfil, que possuía 180 seguidores, passou a ser acompanhado por 22 mil usuários da rede social (MAIA, 2012, p. 263). Posteriormente, ele ganhou destaque também na mídia corporativa, quando seu portal,

* Licenciado em Letras pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, São Paulo, Brasil. Mestre em Linguística Aplicada pela UNICAMP. Doutorando em Linguística Aplicada pela UNICAMP. E-mail: junot.maia@ifsp.edu.br.

** Graduada em Letras pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Paraná, Brasil. Mestra em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, São Paulo, Brasil. Doutora em Psicologia Educacional pela Universidade de Londres, Londres, Inglaterra. E-mail: denisebb@iel.unicamp.br.

o Voz das Comunidades, foi retratado em uma novela transmitida em horário nobre pela emissora de televisão brasileira com maiores índices de audiência.

Leandro Lima, também morador da cidade do Rio de Janeiro, foi um dos principais narradores da invasão militar ocorrida na Favela da Rocinha no final do ano de 2011. Suas fotos e seus relatos eram divulgados por meio do *twitter* institucional e do *website* de seu projeto, o FaveladaRocinha.com. Em uma de suas declarações, concedida por meio de entrevista, ele reconhece que o uso das redes digitais para veiculação de informação contribuiu para que o projeto como um todo alcançasse maior visibilidade.²

Enderson Araújo, residente na periferia de Salvador, estado da Bahia, não se conformava com a maneira teatral e fetichista como as mídias de massa retratavam contextos de periferia urbana. Por isso, no ano de 2010, passou a se interessar por questões de comunicação social e, após participar de oficinas sobre Direito à Comunicação promovidas pelo Instituto de Mídia Étnica, montou o grupo Comunicadores Jovens Mídia Periférica, que também faz uso de redes para divulgar suas ações de participação social.³

Esses exemplos apontam para o fato de que as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), recursos majoritariamente pensados para atender às demandas do mercado global e destinados ao perfil de consumo de classes mais abastadas, já não devem ser interpretadas dessa forma, pois o acesso a elas deixou de ser privilégio das esferas sociais de maior poder econômico. A ampliação do uso dessas tecnologias favoreceu as inovações e a produção em larga escala, além de gerar uma consequente queda nos custos de sua produção. Isso fez com que diversos grupos sociais, inclusive aqueles socioeconomicamente menos favorecidos, passassem a ter contato com aparatos tecnológicos digitais e deles se apropriassem para suas finalidades específicas (BRAGA, 2010). Nesse sentido, a popularização das TDICs no contexto atual tem levado autores como Leander (2008, p. 1, tradução nossa) a afirmar que “o tempo de pensar a internet e os letramentos digitais como revolucionários já passou”⁴, pois é justamente a presença desses elementos na rotina dos sujeitos que indica e garante a sua real incorporação às práticas cotidianas.

O presente estudo, por sua vez, lança olhares sobre um fato social que é ilustrado a partir dos três exemplos já mencionados: a voz pública de indivíduos antes marginalizados em contextos de periferia urbana brasileiros. A análise proposta busca provocar reflexões sobre como os recursos digitais de informação e comunicação, que têm como uma de suas destacadas potencialidades viabilizar e incentivar o estabelecimento de redes sociais motivado pelo intercâmbio de informações, permitem que pessoas, a partir do momento em que passam a se comunicar *online*, consigam alcançar audiências anteriormente inimagináveis.

Para instigar reflexões sobre esse fato, será apresentado e analisado o caso de uma jovem moradora da Cidade Alta, comunidade situada na periferia carioca, às margens da Avenida Brasil. Luane Dias, de 19 anos, por meio de seu perfil no *YouTube*⁵, postou um vídeo, feito com seu celular, chamado “As vergonhas do *Facebook*”. Na postagem, ela tece comentários sobre o comportamento que algumas garotas têm assumido nesse site de rede social, principalmente após terminarem seus relacionamentos.

Esse vídeo, repleto de frases de efeito e de palavras de ordem, atingiu grande número de visualizações – cerca de 5 milhões somente no vídeo original⁶. Esse fato revela que, a partir da utilização de tecnologias digitais que já estão incorporadas ao cotidiano de parte da população brasileira, como é o caso dos aparelhos celulares multifuncionais, é possível ampliar significativamente as possibilidades de audiência de um indivíduo, sendo a audiência aqui entendida em função de indícios de popularidade e de visibilidade.

2. REDES SOCIAIS *ONLINE*: CONSIDERAÇÕES ACERCA DA FORMA COMO SE ESTRUTURAM E DOS LAÇOS SOCIAIS QUE ESTABELECEM

O desenvolvimento das tecnologias digitais foi determinante para que se viabilizassem diferentes formas de comunicação entre os sujeitos. Não bastasse o fato de que esses recursos colocam em xeque relações de espaço-tempo – principalmente no que tange às noções de sincronia e de presencialidade –, as ferramentas que permitem o estabelecimento da Comunicação Mediada por Computador (CMC) (HERRING, 2001), potencializam a emergência de novas possibilidades de construção de sentidos durante os processos comunicativos. Uma cha-

mada de vídeo via *Skype*, por exemplo, pode ser multissemiótica na medida em que envolve a hibridação entre os componentes imagéticos (postura, gestos, expressões dos locutores), sonoros (sons produzidos em cada ambiente de enunciação, representações onomatopaicas, volume e tom de fala) e os componentes verbais, falados ou escritos, na busca por construção de sentidos específicos durante o diálogo.

As facilidades de interação propiciadas pela CMC explicam a expansão rápida das redes sociais digitais. No entanto, antes de se começar a pensar sobre o funcionamento e o impacto social dessas redes, é mister que se reconheça o fato de que a estruturação de uma rede social, embora não dependa necessariamente da tecnologia digital, é afetada por ela. Na concepção de Recuero (2009, p. 24), ancorada em Wasserman e Faust (1994) e em Degenne e Forse (1999), uma rede social estabelece-se por meio da constituição de atores – pessoas, instituições, grupos; os nós de uma rede – e das conexões que ocorrem entre eles – laços sociais de diferentes naturezas. A rede, desse modo, é a representação metafórica para que se observem os padrões de conexão de um grupo social a partir dos laços, sejam eles fracos ou fortes, que se constroem entre os diferentes atores.

Desse modo, como aponta essa definição, a formação de redes sociais independe da mediação de tecnologias digitais. Um pensamento pioneiro que entendia a sociedade a partir da metáfora de redes foi a teoria dos grafos, trabalhada pelo matemático suíço Leonhard Euler na metade do século XVIII⁷. Mais recentemente, trabalhos como os de Granovetter (1983) e de Barabási (2009) também exploraram essa mesma metáfora na busca por explicações sobre organização social. Não se pode negar, no entanto, que o desenvolvimento das tecnologias digitais fez surgir possibilidades de estruturação social e construção de redes antes inexistentes. Isso ocorre porque as TDICs, além de contribuírem para um maior dinamismo relativo à forma como se estruturam as redes sociais no ciberespaço, permitem um mapeamento mais específico dos rastros de interação dos atores sociais e potencializam a ampliação e a expansão dessas respectivas redes.

Essa potencialização pode ser percebida principalmente por meio dos chamados sites de redes sociais (SRS), que são uma das ferramentas digitais de relacionamento interpessoal mais populares da atualidade. O *Facebook*, por exemplo, que é um dos SRS mais utilizados

e, por conseguinte, mais populares de nosso planeta, atingiu, em 2012, a considerável marca de 1 bilhão de usuários⁸, sendo 67 milhões destes residentes no Brasil⁹, o que conferiu ao país o segundo lugar em número de usuários dessa rede social no mundo¹⁰.

Em função, então, da relevância desses SRS na contemporaneidade, Boyd e Ellison (2007, p. 2, tradução nossa) propõem uma definição generalizante a fim de contribuir para a melhor compreensão desses recursos. Segundo as autoras, os SRS

são sistemas que permitem (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema específico, (2) articular uma lista de usuários com quem se possam estabelecer laços sociais, e (3) ver e expor as conexões e os laços existentes entre os usuários do sistema¹¹ (BOYD; ELLISON, 2007, p. 2).

De acordo com essa definição, os SRS estruturam-se por meio de usuários que, a partir das representações que constroem em seus perfis, articulam-se entre si e interagem estabelecendo laços sociais, que podem ser de naturezas diferentes. Ao analisar esses laços, é preciso entender que eles não se limitam a uma ligação estabelecida entre dois nós de uma rede. A construção da interação entre usuários pressupõe inúmeras particularidades que serão justamente os elementos caracterizadores dos laços específicos de interconexão e de contato entre eles. Levando isso em consideração, Wellman (2001, p. 7, tradução nossa) argumenta que

[I]laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão entre esses laços canaliza recursos para localizações estruturais específicas nos sistemas sociais. O padrão dessas relações – a estrutura da rede social – organiza sistemas de trocas, controle, dependência, cooperação e conflito¹² (WELLMAN, 2001, p. 7, tradução nossa).

Entende-se, portanto, que laços sociais são ligações dinâmicas, que podem se estabelecer de múltiplas formas. Granovetter (1983), nesse sentido, ressalta duas classificações específicas para esses tipos de laços. De acordo com esse autor, a força de um laço se define em função do envolvimento temporal e emocional, da intimidade e da reciprocida-

de existentes entre os nós de uma rede. Por conseguinte, os laços fortes seriam aqueles que pressupõem maior vínculo entre os interagentes, enquanto os laços fracos seriam os que estabelecem ligações menos próximas e intensas.

Essas reflexões apontam fatores relevantes para entendermos a criação e manutenção das redes sociais *online*. O primeiro diz respeito à existência de diferentes tipos de ambientes disponíveis na internet classificados como uma rede digital. Embora existam os SRS propriamente ditos, pensados justamente para instigar o estabelecimento de redes em função de laços de amizade, como é o caso do *Facebook*, não se deve ignorar o fato de que a natureza e a função desses diferentes ambientes e de suas ferramentas dependem diretamente da maneira como os usuários se apropriam de tais recursos. Desse modo, há outras plataformas que, mesmo não sendo originalmente idealizadas para a função SRS, passam a ser utilizadas para tal finalidade.

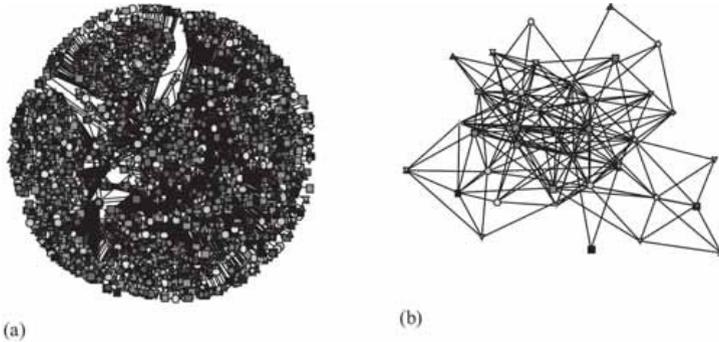
Fato que evidencia isso é a maneira como algumas pessoas utilizam as ferramentas do site *YouTube*. Planejado fundamentalmente para funcionar como portfólio de vídeos, seus diferentes recursos de interação viabilizam possibilidades múltiplas de funcionamento e de associação com outros ambientes virtuais (BURGESS; GREEN, 2009). Assim, o compartilhamento de conteúdo em outras plataformas, como por meio da postagem de links do *YouTube* no *Facebook*, faz com que a divulgação *online* de vídeos passe a ser muito mais ampla e alcance outras audiências.

Não se pode ignorar, além disso, o fato de que os ambientes virtuais estão interconectados segundo uma lógica de convergência (JENKINS, 2015 [2006]), de modo que um conteúdo armazenado em um determinado ambiente digital pode ser compartilhado e, dessa forma, veiculado por outros tantos existentes na rede. Exemplo disso é a quebra de barreiras entre sítios virtuais, como, por exemplo, a que ocorre quando um vídeo do *YouTube* circula por diferentes *websites*, como *Facebook* ou *twitter*, em função das postagens de diferentes usuários.

O segundo fator a ser considerado diz respeito à natureza dos laços sociais. Embora a teoria faça uma distinção entre laços fracos e fortes, ambos podem ser entendidos como indícios de ampliação de audiência em redes sociais. Como reconhecido por Recuero (2009, p. 41), os laços fracos são os principais responsáveis pela formação de agrupamentos densos de conexões estabelecidas em uma determinada

rede. Desse modo, pode-se assumir não só que, quanto maior o número de laços ou de nós em uma comunidade, mais densa ela será, como também que, quanto mais representativo e aparente for um determinado agrupamento na estrutura de uma rede, maiores as chances de se encontrar nesse agrupamento laços fracos estabelecidos.

FIGURA 1 - GRAFO DE UMA REDE INTEIRA (A) E DE UM *CLUSTER* (B)



Fonte: (RECUERO, 2009, p. 149).

No entanto, é importante ressaltar que os laços fracos, embora confirmem densidade à rede, não necessariamente estão estruturados de forma interconectada entre si. Ou seja, dentro da densidade de uma rede, é possível encontrarmos laços fracos ou redes egocêntricas. A Figura 1, por exemplo, ilustra em (a) uma rede egocêntrica determinada a partir de um *fotolog*¹³. Direcionados a ele, encontram-se inúmeros laços fracos estabelecidos entre nós que podem ou não passar a estabelecer novos laços entre si, sejam eles fortes ou fracos. Nesse último caso, a natureza dos laços pode variar pelo fato de que a interação entre esses nós em função do *fotolog* pode se tornar mais forte, determinando, desse modo, um adensamento de conexões dentro da rede egocêntrica. A esse adensamento, capaz de concentrar conexões de maior valor – ou seja, mais coesas –, dá-se o nome de *cluster*.

O entendimento da importância relativa às redes egocêntricas e aos *clusters* é interessante na medida em que se pode considerar que, se as audiências de um ator se compõem por laços – fracos, principal-

mente – estabelecidos em função de conexões que a ele se direcionam a partir de usuários menos próximos, é possível considerar que, quanto maior for a audiência alcançada por um usuário em uma rede social, maior será a rede egocêntrica por ele determinada.

Reconhecendo, então, a importância de elementos fundamentais tangentes ao funcionamento e à dinâmica das redes sociais, busca-se, agora, maior compreensão em relação aos capitais de popularidade e de visibilidade, os quais, em circulação nas redes, autorizam que se entendam determinadas interações como indícios de ampliação de audiência por parte de um ator social específico.

3. POPULARIDADE E VISIBILIDADE: CAPITAIS SOCIAIS COMO INDICADORES DE AMPLIAÇÃO DE AUDIÊNCIA POR PARTE DE USUÁRIOS DE REDES *ONLINE*

As reflexões sobre a dinâmica dos capitais sociais em circulação foi inicialmente pensada pelo filósofo francês Pierre Bourdieu. Em sua obra, originalmente publicada em 1983, o autor define o capital social como “o agregado dos recursos efetivos ou potenciais ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento ou de reconhecimento mútuo”¹⁴ (BOURDIEU, 1985, p. 248, tradução nossa).

Além de Bourdieu (1985), outros autores, como Putnam (2000) e Coleman (1988), também problematizaram questões relativas ao conceito de capital social e contribuíram para uma compreensão mais abrangente do conceito. É com base nesses três autores que Recuero (2009, p. 50) apresenta a sua concepção de capital social, pensada para o estudo específico da circulação destes em meio às redes sociais *online*.

Sobre sua essência, Recuero (2009) aponta duas características fundamentais. A primeira é o aspecto relacional deste recurso, na medida em que ele está em constante circulação e negociação a partir do momento em que os laços, fortes ou fracos, são estabelecidos e que, portanto, existe interação entre os atores sociais. A segunda diz respeito ao conteúdo das relações estabelecidas, pois é justamente ele o responsável para que sejam reconhecidas as características de força (grupos coesos, de laços fortes) e de conexão (grupos esparsos, de laços fracos) da rede em questão.

A partir desses fatores, é possível discriminar dois tipos específicos de capital social: os capitais de visibilidade e de popularidade. Segundo Recuero (2009, p. 108), o capital social de visibilidade está associado ao destaque alcançado por um ator em uma determinada rede, decorrente das conexões que nela estão estabelecidas. Assim, quanto mais conectado for um determinado nó, maior projeção ele alcança na estrutura da rede, o que lhe confere, pois, maior visibilidade. Consequentemente, esse capital pode ser interpretado como importante no que tange à ampliação de audiência por parte de um determinado ator, já que aumenta suas chances de conexões a serem firmadas, ativa ou passivamente, com os usuários da rede que buscam ampliar a sua audiência.

O capital social de popularidade, por sua vez, já é caracterizado por Recuero (2009, p. 111) como sendo diretamente relacionado à audiência. Trata-se, pois, de um recurso associado à posição do nó na rede social: quanto mais centralizado estiver o ator em uma rede, mais popular ele deve ser considerado. Essa centralidade, no entanto, deve ser entendida a partir da quantidade de conexões, e não da qualidade delas, o que faz com que os laços fracos sejam o principal tipo de conexão estabelecido durante o processo de aumento de popularidade de determinados atores.

Dessa forma, em termos práticos, é o capital social de popularidade que vai denotar de forma concreta a audiência ampla de um site, por exemplo, a partir da quantidade de visualizações de um perfil, do número de comentários feitos sobre uma determinada postagem, ou a partir de qualquer outro índice que seja capaz de apontar popularidade. Entretanto, mesmo sendo entendida como uma consequência da visibilidade, a popularidade não deve ser confundida com ela, pois

[e]nquanto a visibilidade é um valor relacionado com a capacidade de se fazer visto de cada nó (e, portanto, temos nós que são mais visíveis e nós que são menos visíveis), a popularidade é uma característica relacionada à posição estrutural do nó na rede. Apenas alguns nós são populares, mas todos os nós possuem visibilidade (RECUERO, 2009, p. 112).

Considerando esses conceitos, o presente estudo buscou analisar a maneira como a jovem Luane Dias fez uso do site *YouTube* na busca por visibilidade e popularidade – o que fica evidente nos direcionamen-

tos de mensagem feitos por ela em sua fala. Entender como ocorreu a projeção *online* da usuária em questão pode ser um caminho promissor para apontar questões adicionais que nos levem a ampliar nossa compreensão sobre diferentes mecanismos e estratégias que permitem o uso das redes sociais como uma possibilidade eficaz de ampliação de audiência.

4. O USO DO *YOUTUBE* COMO CANAL DE AMPLIAÇÃO DE AUDIÊNCIA: O CASO LUANE DIAS

*É a mais-mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook
(Mc Bola)*

Apesar de, em 2013, o seu nome de usuário no *YouTube* ser *californiana2801*, Luane Dias residia em um pequeno cômodo situado na comunidade da Cidade Alta, no bairro de Cordovil, cidade do Rio de Janeiro. Com 19 anos de idade, a jovem alcançou destaque em múltiplas redes sociais, mas, principalmente, no *YouTube* e no *Facebook*, por meio da postagem do vídeo chamado “As vergonhas do *Facebook*”¹⁵, no qual ela critica o comportamento – os perfis, as postagens, a linguagem – das meninas de sua idade ao utilizarem a rede social mencionada no título do vídeo.

Quando resolveu filmar, Luane não pareceu ter maiores preocupações e preparativos relativos à produção e às consequências decorrentes da divulgação *online* da mídia, como ela mesma atesta na seguinte declaração fornecida ao Portal Ego em matéria publicada no dia 8 de junho de 2013.

Minhas amigas ficavam pedindo pra eu gravar um vídeo, dizendo que eu era engraçada. Primeiro tentei fazer um com elas, mas elas só riam. Desisti e um belo dia acordei, botei o óculos, preendi o cabelo, botei o celular entre as pernas e gravei (DIAS, 2017).

É interessante ressaltar que o celular utilizado por Luane para gravar o vídeo não se tratava de um recurso de tecnologia digital dos

mais avançados, repleto de funcionalidades. A garota, no entanto, parece não se intimidar por esse tipo de restrição: como ela mesma menciona em algumas de suas produções, com ela, “o papo é reto”, de modo que o seu recado é mandado, seja como for. Foi em uma casa simples, sentada em um sofá e vestindo um óculos espelhado, que a jovem deu voz à personagem por ela performatizada.

Desse modo, no vídeo “As vergonhas do *Facebook*”, a jovem se caracteriza como uma menina “marrenta”¹⁶, do subúrbio carioca, sem pudores para fazer com firmeza críticas relativas ao comportamento alheio, principalmente direcionadas às garotas de sua faixa etária e de seus círculos sociais. A declaração abaixo é uma das muitas colocações feitas por Luane sobre como essas meninas devem se comportar ao usar o *Facebook*.

Todo dia tu quer reclamar, “Ah, tô solteira!”. Aí bota, “Tô solteira mas eu tô feliz”. Caô, não tá. Sabe que não tá. Quer ficar botando coisa, aquelas mina que termina, quer botar as coisa pro namorado, ex, quer ficar “Antes só do que mal acompanhado”. Esquece, parceiro! Terminou? Suave, cada um vai pra tua casa, cada um leva tuas coisa, rasga as foto, chora em casa, não fica botando no *Facebook* (DIAS, 2017).

A postagem do vídeo foi feita por Luane no dia 8 de dezembro de 2012 e, a princípio, não alcançou um grande número de visualizações. Foi somente após 3 meses a partir de sua postagem que ele se tornou, de fato, visível e popular em meio às redes sociais em que foi veiculado.

Assim, para entender de forma mais adequada o sucesso alcançado pelo vídeo, é interessante pensarmos sobre como Luane alcançou grande visibilidade nas redes sociais. Como mencionado anteriormente, esse capital é determinado por meio das conexões estabelecidas, de modo que o nó com maior número de conexões acaba se destacando na estrutura da rede, permitindo, dessa forma, o reconhecimento do estabelecimento de uma rede egocêntrica, que pode ou não ser caracterizada por manchas mais coesas, os *clusters*. Independentemente dessa coesão, é fato que o grande número de laços estabelecidos por ou com um ator, sejam eles fracos ou fortes, amplia as chances de que outros atores queiram se conectar a ele, ampliando sua visibilidade.

Ora, um reflexo claro desse fato pode ser percebido por meio dos compartilhamentos praticados nas diversas redes digitais por outros

atores. No caso, o vídeo de Luane, segundo o portal *Youpix*, alcançou mais de 250 mil compartilhamentos no *Facebook* até o dia 29 de março de 2013. Desse modo, ela se tornou um nó destacado principalmente no *YouTube*, site em que o vídeo estava alocado, e no *Facebook*, a principal rede social utilizada para compartilhamento da mídia.

O que chama mais atenção no caso de Luane Dias, no entanto, é o capital de popularidade. A visibilidade alcançada pela jovem fez com que ela se tornasse consideravelmente popular, o que significa reconhecer que, de diferentes maneiras, foram muitos os laços sociais estabelecidos em direção a ela – seja através do vídeo em si, seja do seu perfil no *Facebook*. Desse modo, são muitos os elementos capazes de sustentar esse grande destaque alcançado em meio às redes sociais.

O primeiro deles consiste no número de visualizações obtidas pelo vídeo “As vergonhas do *Facebook*”. A figura abaixo, extraída por meio de uma foto da interface do site *YouTube*, traz o grande número de visualizações – cerca de 5 milhões – relativas ao principal canal de armazenamento do vídeo.

FIGURA 2 - PÁGINA DE ARMAZENAMENTO DO VÍDEO “AS VERGONHAS DO *FACEBOOK*”



FONTE: *YOUTUBE*, 2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=HU0FmNOut2A&t=3s](https://www.youtube.com/watch?v=HU0FmNOut2A&t=3s)>. ACESSO EM: 18 FEV. 2017.

A grande popularidade alcançada pela jovem por meio desse vídeo fez com que sua participação não se restringisse somente às redes sociais *online*, mas que se expandisse. Luane passou a se tornar cada vez mais conhecida, sendo definida em algumas reportagens como uma web-celebridade. Na Figura 3, é possível perceber como a jovem ganhou destaque a partir das manchetes de algumas reportagens que tinham como tópico o sucesso de seu vídeo nas redes sociais *online*.

FIGURA 3 - MANCHETE DO PORTAL DO JORNAL O GLOBO, DIA 29 DE MARÇO DE 2013

A 'californiana da Cidade Alta' vira celebridade na internet

· **Jovem de comunidade às margens da Avenida Brasil virou hit depois de gravar vídeo caseiro com dicas de comportamento**

FONTE: O GLOBO, 2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://OGLOBO.GLOBO.COM/RIO/A-CALIFORNIANA-DA-CIDADE-ALTA-VIRA-CELEBRIDADE-NA-INTERNET-7985020](http://oglobo.globo.com/rio/a-californiana-da-cidade-alta-vira-celebridade-na-internet-7985020)>.

ACESSO EM: 18 FEV. 2017.

FIGURA 4 - MANCHETE DO PORTAL *YOUPIX*, DIA 29 DE MARÇO DE 2013



FONTE: *YOUPIX*, 2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://YOUPIX.VIRGULA.UOL.COM.BR/TAG/LUANE-DIAS/](http://youpix.virgula.uol.com.br/tag/luane-dias/)>. ACESSO EM 18 FEV. 2017.

É interessante chamar a atenção para como Luane consegue ampliar sua audiência para canais de outras naturezas, como é o caso dos portais de notícias e de entretenimento. Afinal, enquanto a primeira manchete, postada no site de um jornal que, além de seu portal, possui uma versão impressa de grande circulação, chama a atenção para o fato de a garota ter reconhecidamente se tornado uma web-celebridade, a se-

gunda, extraída de um site de entretenimento, carrega em si o sentido de que ainda não se sabe quem é essa menina que, por meio de um vídeo postado em seu canal no *YouTube*, está se tornando cada vez mais popular. A pergunta proposta por essa última manchete permite entender, inclusive, que a curiosidade sobre quem seja Luane Dias é generalizada em função da grande repercussão conquistada pelo vídeo.

A ampliação de audiência da jovem, dessa forma, além de extrapolar os limites das redes sociais *online* das quais ela participa, não se restringiu somente ao ciberespaço. Assim, associada à ideia de que as tecnologias digitais já fazem realmente parte de nosso cotidiano (LEANDER, 2008) e que, por conseguinte, insistir em uma separação estrita entre espaço e ciberespaço talvez não traga reflexões produtivas, as evidências abaixo expõem como a audiência ampliada de Luane viabiliza a ocorrência de uma migração entre meios, de modo que seu sucesso acaba alcançando reconhecimento também nos veículos de mídia tradicionais.

FIGURA 5 - MANCHETE EXTRAÍDA DO PORTAL EGO, DIA 8 DE JUNHO DE 2013

publicada em 8/6/2013 | atualizada em 8/6/2013

'Vim da favela e dei certo', diz Luane Dias, fenômeno da web e agora na TV

Moradora de comunidade carente do Rio, ela ficou famosa ao postar vídeos no YouTube e foi convidada para o elenco do 'Esquenta'.

FONTE: EGO, 2017. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://EGO.GLOBO.COM/FAMOSOS/](http://ego.globo.com/famosos/)

NOTICIA/2013/06/VIM-DA-FAVELA-E-DEI-CERTO-DIZ-LUANE-DIAS-FENOMENO-DA-WEB-E-AGORA-NA-TV.HTML>. ACESSO EM: 18 FEV. 2017.

A popularidade de Luane Dias, decorrente da postagem de seu vídeo no *YouTube*, acaba permitindo que ela passe a participar de círculos sociais que, para uma menina residente em uma favela, costumam ser impensados. A menina, passado o sucesso do vídeo, passou a fazer parte do elenco do programa *Esquenta!*, comandado por Regina Casé nas tardes dominicais da Rede Globo e que alcança milhões de telespectadores.

Assim, os inúmeros laços estabelecidos por Luane Dias por meio das redes sociais, seja de forma ativa ou passiva, sejam estes laços fracos ou fortes, fazem com que ela ganhe cada vez mais visibilidade e popularidade. Dessa forma, o caso nos mostra que não há como negar a considerável ampliação de audiência alcançada pela jovem e, menos ainda, as potencialidades das tecnologias digitais para aqueles que buscam expandir suas redes na busca por maior participação e reconhecimento em sociedade.

As categorias de popularidade e visibilidade, desse modo, nos ajudam a identificar na rede indivíduos que ganham destaque, sem, no entanto, nos oferecer explicações sobre fatores que instigaram o interesse da audiência digital. Isso nos leva à questão da necessidade de análises de conteúdo para levantarmos hipóteses sobre que fatores, características ou estratégias podem ter dado projeção à voz postada por esses sujeitos que atingem audiências ampliadas na internet.

5. A GRANDE AUDIÊNCIA DO VÍDEO DE LUANE DIAS: ALGUMAS HIPÓTESES EXPLICATIVAS

Como apontado no início desse texto, o presente estudo, mais do que respostas, busca abrir direções para novas investigações sobre elementos que promovem audiência em redes sociais *online*. Em relação ao vídeo analisado, uma gama de fatores pode ser apontada como hipótese explicativa para a audiência de cerca de 5 milhões de visualizações alcançada pelo vídeo de Luane Dias.

Inicialmente, é possível conjecturar que, no âmbito de sua comunidade, o vídeo em questão ganhou projeção em parte pela forma humorística com que Luane ironiza a exposição *online* da vida privada de usuários do *Facebook*. Ao mandar o seu recado a meninas que, segundo ela, estariam “rachando a cara”, ou seja, interagindo de forma vergonhosa por meio de seus perfis na rede social, a jovem coloca-se, por meio de uma linguagem inusitada, como locutora autorizada a criticar comportamentos dos usuários e determinar regras de conduta. É por meio de um tom debochado, entrecortado por ordens e recados direcionados, que Luane constrói o humor, com base em suas próprias vivências, capaz de sustentar sua posição de reguladora de comportamentos nas interações que se estabelecem no *Facebook*.

Além disso, outro fator que faz com que o vídeo se destaque é a desconstrução promovida, na fala de Luane, de ditos populares que geralmente circulam na sociedade com uma função de escamotear a frustração gerada pelo fim de relacionamentos amorosos, como é o caso de “Antes só do que mal acompanhado” ou de “Estou solteiro, mas estou feliz”. Nesse contexto, a personagem criada pela usuária ganha destaque devido ao tom de autoridade adotado, marcado por uma linguagem extremamente informal, sem censura e com gestos inesperados, em uma fala que se propõe a estabelecer regras de boa conduta social. Essa quebra de paradigmas – ou seja, do padrão costumeiramente atribuído a uma fala de autoridade incorporado a formas linguísticas características de expressão local – explica, de certa forma, o humor geralmente reconhecido no vídeo aqui analisado.

A grande projeção do vídeo, por sua vez, materializa-se fora da comunidade de Luane Dias. O fato de essa postagem ter tido tantas visualizações talvez indique que a personagem criada aponta para questões de privacidade e de uso das redes sociais *online* que se aplicam, de forma mais ampla, a outros tantos grupos sociais. Então, a quebra da formalidade por meio do uso específico de uma variedade local, repleta de gírias, pode ter tido um impacto ainda maior fora da comunidade de origem de Luane, dado o estranhamento que pode ser gerado pelo contato de outros grupos sociais com essa outra variedade dialetal. Assim, considerando o contato com esse vídeo por parte de usuários que dominam o dialeto padrão, o humor pode ter sido construído não só pela mensagem em si, mas também pelas linguagens mobilizadas para a construção de seu conteúdo.

Não se deve ignorar ainda a importância da linguagem visual que caracteriza a personagem criada, a qual se impõe pelo tom da voz, pelos gestos, pela postura de autoridade e, ainda, pelo próprio fato de estar protegida pelo escudo dos óculos espelhados. Todos esses elementos, viabilizadores da circulação de múltiplos sentidos a partir de uma mesma situação de enunciação, permitem reconhecer um distanciamento, criado em função de uma posição de autoridade – aquela que dita as normas adequadas de conduta no *Facebook* – entre a personagem locutora e seus interlocutores, principalmente aqueles que são diretamente criticados por violarem as normas por ela indicadas e asseguradas.

Em síntese, especificamente nesse vídeo, visto que as normas sociais e linguísticas variam de grupo para grupo, a popularidade pode ser explicada pelo humor caracterizado como uma quebra de paradigmas que podem ter diferentes efeitos de sentido para diferentes grupos sociais: humor em relação à exposição privada nas redes sociais, humor em relação à quebra de padrões linguísticos em gêneros normativos, humor em relação à desconstrução de sentidos cristalizados no senso comum dentro do campo semântico das relações afetivas. Além disso, nos usos da linguagem, as próprias escolhas dialetais privilegiadas podem gerar um estranhamento que produz efeitos de humor.

De fato, há uma ruptura considerável de padrões linguísticos no ato da personagem definir regras de conduta utilizando uma variável informal de um dialeto não-padrão. Essa ruptura de pressupostos e as construções inusitadas são uma das estratégias costumeiramente utilizadas para construir e sustentar textos humorísticos, tal como apontam as reflexões de Possenti (2003) sobre os limites do humor e sobre como existe um controle discursivo (FOUCAULT, 1971) capaz de regular sua circulação na ordem do discurso.

Um último ponto a ser levantado é o fato de que, uma vez estabelecida uma grande audiência para determinadas postagens *online*, a popularidade em si instiga a própria expansão. Pode-se prever que, em termos gerais, isso significa reconhecer que, quanto maior for uma audiência, maior será a possibilidade de sua ampliação, ou seja, de suas visibilidade e popularidade crescerem em um processo de retroalimentação, como apontam os próprios estudos sobre redes sociais feitos por Recuero (2009) e reflexões sobre agência e autoridade na internet feitas por Maia (2015). Isso pode ser ilustrado nas matérias externas feitas sobre Luane Dias em mídias diversas, pela sua participação em programas de TV aberta e também pela própria seleção desse vídeo para o estudo de caso aqui proposto.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já mencionado, o estudo desenvolvido buscou fundamentalmente ampliar a compreensão sobre diferentes mecanismos e estratégias que permitem o uso das redes sociais *online* para fins de ampliação de audiência. As categorias de capital social de popularidade e

de visibilidade propostas por Recuero (2009) foram úteis para indicar as diferentes maneiras como se organizam e se distribuem audiências amplas como a alcançada pelo vídeo de Luane Dias, objeto da análise realizada. Entender que uma rede se constrói a partir de laços fracos e fortes é importante para pensarmos a complexidade da propagação de determinadas postagens *online*. Desse modo, é importante que futuros estudos avaliem de forma mais completa em que medida esses diferentes laços, capazes de indicar a ampla audiência de atores específicos, são importantes para conferir poder social a atores particulares. Isso implicaria adesão e solidariedade dos usuários ao conteúdo das mensagens veiculadas, o que, por si só, não se garante, considerando apenas o número global de acessos.

Ainda em termos de conteúdo, as hipóteses explicativas levantadas sugerem que o humor pode ter sido um dos fatores fundamentais que promoveu a popularidade e a visibilidade da personagem de Luane. O estudo buscou, mesmo que brevemente, indicar que esse humor pode ter sido construído através de diferentes estratégias linguísticas e expressivas e que os efeitos de sentido são apreendidos de forma diferente por grupos sociais distintos. É interessante, pois, que se estude, em maior profundidade, as possibilidades explicativas elencadas e também que se avaliem quais outros fatores, além do humor, podem conferir visibilidade e popularidade a postagens específicas.

No caso apresentado, Luane Dias alcançou grande visibilidade e popularidade a partir do uso das tecnologias digitais. Seus conselhos já não se restringem à comunidade da Cidade Alta, à sua família ou às suas amigas: as mais de 5 milhões de visualizações do seu vídeo no *YouTube*, os inúmeros compartilhamentos dessa mídia via *Facebook*, a repercussão de seu sucesso em sites de notícias e de entretenimento e a sua participação em programas de mídia de massa fez com que a jovem passasse a interagir com outras pessoas, outros usuários, círculos sociais antes inimagináveis.

É importante ressaltar, porém, que o poder de ampliação de audiência das TICs é dependente das apropriações que os usuários fazem delas. Isso significa entender que aqueles que acreditarem que poderão ampliar suas redes sociais pelo simples fato de usarem as tecnologias digitais provavelmente não atingirão êxito, ainda mais se considerarmos que a maior parte dessas interações se concretizam por meio de

laços fracos. É preciso entender que a eficiência e a concretização de uma ampliação de audiência dependerá da maneira como os usuários conseguem se apropriar de fato das potencialidades de expansão oferecidas pelas inúmeras e diversas ferramentas digitais.

Em termos mais diretos, significa reconhecer que, para serem Luanas, Renês, Leandros ou Endersons, os usuários de uma determinada tecnologia digital devem se apropriar produtivamente das potencialidades que ela nos oferece, levando imprescindivelmente em consideração a situação e o contexto em que essa tecnologia irá funcionar. Afinal, as TDICs são, sem dúvida alguma, grandes instrumentos para que um sujeito consiga uma participação mais consistente e expandida em sociedade, mas elas, por si só, não garantem o êxito dessas ações.

Assim, deve-se entender que fatores que conferem destaque público a indivíduos específicos talvez não sejam tão distintos, considerando o contraste entre situações mediadas ou não por ambientes digitais diversos. É possível, no entanto, conjecturar que a relevante diferença, no contexto atual, seja a facilidade de publicação e de acesso a conteúdos favorecida pela internet, que amplia exponencialmente a possibilidade de destaque à voz de atores específicos. Afinal, embora visibilidade não seja uma condição suficiente, ela é necessária para a construção da popularidade das produções dos sujeitos em meio às redes sociais *online*.

POPULARITY AND VISIBILITY IN DIGITAL NETWORKS: NEGOTIATION OF SOCIAL CAPITAL IN DIGITAL MEDIA AIMING AT AUDIENCE EXPANSION

ABSTRACT

This study aims to contribute to the understanding of the factors that promote popularity and visibility of certain online posts. Based on a video posted on YouTube that reached almost 5 million hits, this research indicates reasons which may explain the popularity and the visibility – social capital categories proposed by Recuero (2009) – of the video analyzed and its impact in the social circulation of the netizen investigated. These questions are relevant to think about new possibilities for the citizen participation of people in symbolically peripheral positions.

KEYWORDS: Popularity, visibility, audience, online social networks.

RESUMEN

Este estudio propone el análisis de los factores que promueven la visibilidad y popularidad de determinados *posts online*. Basado en un vídeo, publicado en *YouTube*, que recibió casi 5 millones de visitas, la investigación indica factores que pueden explicar la popularidad y visibilidad – capital social propuesto por Recuero (2009) –del video investigado y su impacto en el ámbito de circulación social de la internauta investigada. Estas preguntas son relevantes para entender las nuevas posibilidades de participación en la sociedad de individuos simbólicamente periféricos.

PALABRAS CLAVE: Popularidad, visibilidad, audiencia, redes sociales en línea.

7. NOTAS

- 1 Apresentado no 62º Seminário do GEL no dia 01/07/2014 na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).
- 2 Disponível em: <http://www.jn.pt/PaginaInicial/Brasil/Interior.aspx?content_id=2120102>. Acesso em: 12 maio 2017.
- 3 Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/se-a-historia-e-nossa-deixa-que-a-gente-escreve-4854.html/view>>. Acesso em: 12 maio 2017.
- 4 The time for thinking about the Internet and digital literacies as revolutionary has passed.
- 5 A menina registrou-se no site com o usuário californiana2801. Posteriormente, seu usuário passou a ter o nome de LuaneDiasOFICIAL.
- 6 Dado obtido em consulta ao site YouTube em 12 de maio de 2017.
- 7 Para maiores detalhes sobre a teoria dos grafos, recomenda-se a pesquisa sobre o problema das pontes de Königsberg.
- 8 Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.

- 9 Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/facebook-no-brasil-cresce-para-67-milhoes-de-usuarios-diz-executivo.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.
- 10 Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/05/brasil-e-o-segundo-maior-pais-no-facebook-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.
- 11 We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.
- 12 Ties consist of one or more specific relationships, such as kinship, frequent contact, information flows, conflict or emotional support. The interconnection of these ties channel resources to specific structural locations in social systems. The pattern of these relationships – the social network structure – organize systems of exchange, control, dependency, cooperation and conflict.
- 13 O fotolog pode ser entendido como um ambiente multimodal que habilita a postagem de fotos e textos. As postagens nele feitas podem ser comentadas por sujeitos da rede que, por alguma razão, estejam interessados em seu conteúdo.
- 14 Social capital is the aggregate of the actual and potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition.
- 15 Link para acesso no YouTube: <<http://www.youtube.com/watch?v=HU0FmnOut2A>>. Acesso em: 12 maio 2017.
- 16 De acordo com o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (2009), o brasileiro informal “marrenta” corresponde a uma pessoa cheia de coragem, de marra, de ousadia.

REFERÊNCIAS

BARABÁSI, A. *Linked: a nova ciência dos networks*. São Paulo: Editora Leopardo, 2009.

- BOURDIEU, P. [1983]. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. G. (Ed.) *The Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1985.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history and scholarship. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. Bloomington: Indiana University, v. 13, n. 1, 2007.
- BRAGA, D. B. Tecnologia e participação social no processo de produção e consumo de bens culturais: novas possibilidades trazidas pelas práticas letradas digitais mediadas pela internet. In: *Trabalhos em Linguística Aplicada*. Campinas: IEL/UNICAMP, v. 49, n. 2, 2010.
- BURGESS, J.; GREEN, J. *YouTube: online video and participatory culture*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- COLEMAN, J. S. Social capital and the creation of human capital. In: *American Journal of Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press, n. 94, 1988.
- DEGENNE, A.; FORSÉ, M. *Introducing Social Networks*. London: Sage, 1999.
- DIAS, Luane. *Portal Ego*. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2013/06/vim-da-favela-e-dei-certo-diz-luane-dias-fenomeno-da-web-e-agora-na-tv.html>>. Acesso em: 18 fev. 2017.
- _____. *As vergonhas do Facebook*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HU0FmnOut2A&t=3s>>. Acesso em: 18 fev. 2017.
- FERREIRA, A. B. H. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Coordenação: Marina Baird Ferreira, Margarida dos Anjos. 4. ed. Curitiba: Editora Positivo, 2009.
- FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1971.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: network theory revisited. In: *Sociological Theory*, v. 1. Hoboken: Wiley-Blackwell, 1983.
- HERRING, S. C. Computer mediated discourse. In: SCHIFFRIN, D.; TANNEN, D.; HAMILTON, H. E. (Ed.) *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd., 2001.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2015 (2006).
- LEANDER, K. M. Toward a connective ethnography of online/offline literacy networks. In: COIRO, J.; KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C.; LEU, D. J. (Ed.) *The Handbook of Research in New Literacies*. New York: Taylor & Francis Group, 2008.

MAIA, J. O. O *twitter* de Renê Silva e a ocupação da tecnologia: o morro (do Alemão) tem vez. In: *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 51, n. 1. Campinas: IEL/UNICAMP, 2012.

MAIA, J. O. Autoria em meio digital: reflexões sobre agência e autoridade. In: LINS, H. A. M. (Org.) *Tecnologias, linguagens e letramentos: sociedade, educação e subjetividade*. Campinas: Edições Leitura Crítica; Associação de Leitura do Brasil ALB, 2015. p. 75-100.

O GLOBO. Foto de tela extraída de <<http://oglobo.globo.com/rio/a-californiana-da-cidade-alta-vira-celebridade-na-internet-7985020>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

POSSENTI, S. Limites do humor. *Revista Letras*, Santa Maria: Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal de Santa Maria (PPGL/UFSM), n. 26, 2003.

PUTNAM, R. D. *Bowling alone: the collapse and Revival of American Community*. New York: Simon e Schuster, 2000.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

YOUPIX. Foto de tela extraída de <<http://youpix.virgula.uol.com.br/tag/luane-dias/>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. *Social Network Analysis: methods and applications*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WELLMAN, B. Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking. In: *International Journal of Urban and Regional Research*. Hoboken: Wiley-Blackwell, n. 25, v. 2, 2001.

Submetido em 14 de maio de 2015

Aceito em 08 de fevereiro de 2017

Publicado em 31 de agosto de 2017
