



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

## **MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS: CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS**

### **Juliana Augusto Clementi**

Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento  
Aluna de doutorado na Universidade Federal de Santa Catarina  
ju.egc2015@gmail.com

### **Fernanda dos Santos**

Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento  
Aluna de Doutorado na Universidade Federal de Santa Catarina  
admfernandadossantos@gmail.com

### **Patricia de Sá Freire**

Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento  
Professora no Departamento de Engenharia do Conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina

### **Lia Caetano Bastos**

Doutora em Engenharia de Produção  
Professora no Departamento de Engenharia Civil na Universidade Federal de Santa Catarina



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

## RESUMO

**Objetivo:** Este estudo tem como objetivo identificar os conceitos e origem dos termos “redes sociais” e “mídias sociais”.

**Design/Methodologia/Abordagem:** A pesquisa foi realizada com uma busca bibliográfica, utilizando como base de dados o *Google Scholar*. Os artigos foram selecionados para leitura tendo por base o critério de atendimento aos objetivos de busca deste estudo, assim, selecionaram-se para leitura aqueles artigos que demonstravam através do título e resumo contribuir com o tema proposto.

**Resultados:** Pode-se dizer que toda rede social digital é uma mídia social, mas nem toda mídia social é uma rede social, pois nem todas as suas categorias propiciam essa interligação de usuários. Neste sentido, ao adotar qualquer um destes dois termos o autor deve estar ciente desta característica determinante para definir seu próprio objeto de estudo.

**Palavras-chave:** rede social. mídias sociais. internet 2.0.comunicação.



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

## ***SOCIAL MEDIA AND SOCIAL NETWORKS: CONCEPTS AND CHARACTERISTICS***

### ***ABSTRACT***

***Goal:*** This study aims to identify the concepts and origin of the terms "social networks" and "social media".

***Design / Methodology / Approach:*** The research was carried out with a bibliographic search, using Google Scholar as a database. The articles were selected for reading based on the criterion of attendance to the search objectives of this study, thus, they were selected for reading those articles that demonstrated through the title and abstract to contribute with the proposed theme.

***Results:*** It can be said that all digital social network is social media, but not all social media is a social network, because not all its categories provide this interconnection of users. In this sense, in adopting either of these two terms the author must be aware of this determining characteristic to define his own object of study.

**Keywords:** social network. social media. internet 2.0. communication.



## 1 INTRODUÇÃO

Desde os anos dois mil, com os avanços da internet e a possibilidade de conexão entre as pessoas, extrapolando as barreiras geográficas conhecidas e existentes, se reconhece o valor e importância das mídias sociais e ferramentas da Web 2.0 tanto para fins sociais quanto fins comerciais. Há um crescente uso de suas aplicações como fonte de informação e influência com determinados públicos, e também uma crescente preocupação com o planejamento das práticas desenvolvidas nestas ferramentas (CROMITY, 2012).

O conceito de “internet 2.0”, ou “web 2.0” significa, justamente, a internet não apenas como um sistema de publicações e banco de dados on-line, mas como um suporte para a estruturação das redes de mídia social. Ou seja, a Internet deve ser compreendida e utilizada como uma plataforma que sustenta diferentes aplicativos que inseridos na rede permitam a colaboração e construção coletiva pelas pessoas e grupos.

Este ambiente, no entanto, aproxima conceitos que são usados pelas pessoas ora com diferentes significados e ora com o mesmo significado, sendo possível citar como exemplo o uso dos termos “redes”, “redes sociais” e “mídias sociais”, utilizados normalmente como sinônimos referindo-se a ferramentas de comunicação. Acioli (2007, p. 1) destaca a confusão realizada quando se fala do termo “redes”, dizendo que o termo se apresenta de forma “articulada às tecnologias da informação” e ressaltando que o conceito de rede é tratado por vezes baseado no senso-comum e idealizado pela imagem de fios. Lindner (2015, p. 56) também destaca essa confusão conceitual, para o autor, “grande parte das pesquisas sobre mídias sociais apresenta estudos sobre sites de redes sociais e os conceitos acabam sendo mesclados”.

Buscando compreender as diferenças e semelhanças entre estes termos, este estudo tem como objetivo identificar os conceitos e origem dos termos “redes sociais” e “mídias sociais”. Para tal, a pesquisa foi realizada com uma busca bibliográfica, utilizando como base de dados o *Google Scholar*. Os artigos foram selecionados para leitura tendo por base o critério de



atendimento aos objetivos de busca deste estudo, assim, selecionaram-se para leitura aqueles artigos que demonstravam através do título e resumo contribuir com o tema proposto.

## **2 MÍDIAS SOCIAIS *VERSUS* REDES SOCIAIS**

Este capítulo apresenta os conceitos, origem e outros aspectos importantes encontrados para cada um dos termos propostos na pesquisa “mídias sociais” e “redes sociais” e servirá de base para que a discussão proposta acerca de semelhanças e diferenças entre os termos tenha seu embasamento teórico.

### **2.1 MÍDIAS SOCIAIS**

A palavra mídia denomina “suporte, o veículo ou o canal de comunicação, pelo qual a informação pode ser conduzida, distribuída ou disseminada, como um “meio” de comunicação” (PERASSI; MENEGHEL, 2011), neste sentido até mesmo o corpo humano pode ser considerado uma mídia que tem o potencial de informar e comunicar algo (PRADO, 2017).

O que difere as mídias sociais das outras tecnologias de informação é a possibilidade do usuário expor conteúdo de forma pública e com isso até criar laço com outros usuários que tenham interesse em comum o que propicia a disseminação e o compartilhamento de conhecimento.

Assim, as mídias atuam ou como instrumentos ou como agentes tecnológicos, no primeiro caso a mídia dá suporte físico para a informação, mas para manipula-las é preciso um agente tecnológico, no segundo caso ela mesma é capaz de manipular as informações, essa relação pode ser exemplificada na utilização de um pen-drive para armazenar dados e na necessidade do computador para retirar, inserir, mesclar conteúdo (PRADO, 2017).

Bradley e McDonald (2013, p. 26) definem mídia social como sendo “um ambiente online criado com o propósito da colaboração em massa. É onde a colaboração em massa ocorre, não a tecnologia per se”. Outras definições do termo parecem manter o consenso de que um



usuário comunica determinado conteúdo (informação, conhecimento, ideia ...) num ambiente que propicia a interação. Algumas dessas atividades de interação são: acesso online e arquivos, compartilhamento de objetos digitais, colaboração e cocriação, perfil de usuário e ferramentas de networking e vida virtual (ARASAKI, 2016).

Existem diferentes tipos de mídias sociais, como por exemplo: blogs, wikis, fóruns e sites de redes sociais, fóruns de podcast, comunicações de conteúdo e microblogging (atualizações curtas postadas pelos usuários), feeds RSS, e "marcação" (LINDNER, 2015; HEMSLEY, MASON, 2012; HAKAM, et. al., 2014 ). A tabela apresenta estes exemplos dentro das categorias propostas por Hakam et al. (2014):

**Tabela 1: Categorias das Mídias Sociais:**

Categorias	Funções-chave	Exemplos
Rede social	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reunir os usuários com os outros.</li><li>- Suportar a comunicação do usuário e a rede.</li></ul>	Facebook, LinkedIn
Blogs	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fornecer uma plataforma para um diário on-line e comentários.</li></ul> Suportar conhecimento de histórias e compartilhamento de conhecimento	Blogspot.com, Blog.com
Wi kis	<ul style="list-style-type: none"><li>- Copiar e editar conhecimento em um só lugar.</li><li>- Habilitar a colaboração e compartilhamento de conhecimento.</li></ul>	Wikipedia
Comunicações de conteúdo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Compartilhar conteúdos entre os membros, não há outros problemas.</li><li>- Suportar o gerenciamento de conteúdo e compartilhamento de conhecimento.</li></ul>	Youtube, SlideShare
Marcação	<ul style="list-style-type: none"><li>- Categorizar e gerenciar conteúdo.</li></ul>	Delicious

Fonte: Hakam et al. (2014)



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

Ainda que existam diferentes tipos de mídias sociais, a convergência destas mídias, somada à busca pela interação social e ao aumento do uso dos dispositivos móveis impulsionam a popularização das redes sociais.

## 2.2 REDES SOCIAIS

Para tratar do tema “redes sociais” é necessário antes buscar a compreensão sobre o termo “rede”. Castells (2009) define rede como um conjunto de nós, cuja relevância é variável, sendo estes nós os responsáveis pela absorção e/ou compartilhamento das informações que fluem na rede. Esta rede se forma com a inclusão ou exclusão de membros que podem ter caráter colaborativo e competitivo entre si.

Embora fique mais evidente e seja mais discutido atualmente, a sociedade organizada e operando em redes não é algo apenas do “mundo moderno”, pois verifica-se que na antiguidade as pessoas já tinham uma organização em rede e sua conectividade estava determinada pelas tecnologias de transporte disponíveis na época (CASTELLS, 2009).

A concepção básica de redes - tanto para uso metafórico, quanto para o uso analítico - seria a de que a configuração de vínculos interpessoais entrecruzados são de forma inespecífica conectados às ações dessas pessoas e às instituições da sociedade. A idéia que permeia a metáfora de redes, é a de indivíduos em sociedade, ligados por laços sociais, os quais podem ser reforçados ou entrarem em conflito entre si (ACIOLI, 2007, p.3).

Seguindo a linha de Acioli (2007), Castells (2009, p.21) afirma que “as redes são estruturas complexas de comunicação construídas em torno de um conjunto de metas que simultaneamente garantem a unidade de propósito e flexibilidade de execução por sua adaptabilidade ao ambiente operacional”.

Maturana e Varela (2001) e Capra e Luisi (2014) chamam a atenção para o fato do ser humano (espécie) ser um ser social, ou seja, é dependente do convívio social e da comunicação para seu desenvolvimento. Assim, as redes possuem um papel importante para toda a espécie, e as tecnologias da informação e comunicação, conforme Castells (2009) apresentam um papel



fundamental na transformação social, pois permite que a comunicação entre os atores ocorra com uma fronteira mínima de espaço e tempo.

Para Acioli (2007, p. 3) “trabalhar com a ideia de redes significa trabalhar de forma articulada com a ideia de informação”. E Castells (2009) chama atenção para o fato de que as mudanças tecnológicas permitiram maior flexibilidade às redes, com a facilidade de inclusão e exclusão de atores.

Desta forma, o termo “rede” é compreendido como um conjunto de pessoas ou grupos que são influenciados e influenciam os demais de acordo com as ligações que possuem com os demais integrantes da rede. Estes laços entre os participantes podem ser mais fortes ou mais fracos, e podem permitir uma maior ou menor troca de informação. No entanto, compreende-se na rede o fluxo (de informações e conhecimentos, de mercadorias, etc.) é constante e pode ocorrer em qualquer sentido.

Corroborando este conceito, Castells (2009, p.20) afirma que “na vida social, redes são estruturas comunicativas”. Segundo o autor, a distância entre os “nós” da rede pode ser próxima de zero quando os “nós” estão diretamente ligados e podem tender ao infinito.

Sobre o termo “redes sociais”, Costa (2005, p. 246) afirma que “o conceito de redes sociais responde a uma compreensão da interação humana de modo mais amplo que o de comunidade”. Para Castells (2009) a diferença entre os termos “rede” e “redes sociais” está no alcance, pois no caso das redes sociais, os protocolos de comunicação podem direcionar a distância entre os nós, de forma que o fluxo permaneça apenas em determinado “*cluster*”.

O termo “rede social” teria sido utilizado por Radcliffe-Brown na década de 50 para falar sobre as relações entre os indivíduos, sendo estas relações controladas e definidas. Na sequência do uso do termo “rede social”, Barnes já na década de 60 destaca os termos “rede social total” e “rede social parcial” sendo a diferença entre eles o ponto de observação. No caso da rede social total, ela irá representar o máximo possível das interações sociais existentes, no



caso da observação da rede social parcial, o ponto de observação pode iniciar por qualquer um dos “pontos”, sendo analisado as relações que partem dali. (ENNE, 2004; ACIOLI, 2007).

Marteletto (2001, p.72) utiliza o conceito de redes sociais como “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” salientando que os efeitos das redes sociais são percebidos pelo ambiente que as rodeia.

Ao tratar dos sites de redes sociais, Coenen et al (2006) apontam três características essenciais para sites de redes sociais: 1) possibilidade de criar grupos; 2) rastreamento de conteúdo; 3) permitir diferentes perspectivas.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As mídias e redes sociais são instrumentos cada vez mais reconhecidos por seus potenciais para fins educacionais e comerciais. Com o avanço das tecnologias e de suas aplicações elas têm transformado inclusive a comunicação humana.

Diante disto, o desenvolvimento de pesquisas nas áreas são crescentes, mas nota-se que os conceitos mídias sociais e redes sociais são frequentemente confundidos. Com isso este artigo teve como objetivo esclarecer a base conceitual e alguns aspectos importantes relacionados a estes dois termos para aumentar a compreensão sobre suas diferenças e diminuir a frequência com que estas trocas são feitas.

Primeiro destacamos que o termo mídia vem de meio, onde se disponibilizam informações e conhecimentos, as mídias sociais atuais tem como principal função comunicar um conteúdo para uma grande audiência. O termo rede vem de ligação entre as pessoas, a função das redes sociais também é comunicar um conteúdo, mas através da interconexão entre as pessoas.

Observa-se também que o termo mídia social é um termo que abarca uma série de categorias conforme as funções de cada uma, e que neste contexto as redes sociais são uma destas



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

categorias, aquelas cuja função é reunir os usuários com os outros e suportar a comunicação do usuário e a rede.

Em termos conceituais fica claro que a ênfase das mídias sociais é a disponibilização do conteúdo para um número ilimitado de pessoas, já na rede o conteúdo também é o principal elemento, mas a ênfase está na interconexão das pessoas, limitando o número de pessoas que tem acesso a determinados conteúdos. Por exemplo, no Instagram as pessoas não estão interconectadas, uma pessoa “segue a outra” sem que essa a siga de volta, mas há uma ação de comunicação de um conteúdo de Y e de interação entre elas caso haja uma resposta de X. Já no Facebook, X e Y estão interconectados, um é amigo do outro.

Essa relação também pode ser observada nas características, em que nas redes sociais encontra-se a reunião de usuários com os outros e a comunicação deles nas redes, enquanto nas mídias observa-se uma intensa apropriação criativa também através da comunicação, mas não necessariamente nessa ligação mútua.

Contudo pode-se dizer que toda rede social digital é uma mídia social, mas nem toda mídia social é uma rede social, pois nem todas as suas categorias propiciam essa interligação de usuários. Neste sentido, ao adotar qualquer um destes dois termos o autor deve estar ciente desta característica determinante para definir seu próprio objeto de estudo.

## **AGRADECIMENTO**

Estudo realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

## REFERÊNCIAS

ACIOLI, Sonia. Redes sociais e Teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **I N F. I N F.**, Londrina, v. 12, n. , p.1-12, jan. 2007.

ARASAKI, Paula Hidemi Kaneoya. O Uso de Mídia Social Corporativa para Inteligência Colaborativa: Um Estudo de Caso. **Dissertação**, 2016.

BRADLEY, A. J.; MCDONALD, M. P. **Mídias sociais na organização**: como liderar implementando mídias sociais e maximizar os valores de seus clientes e funcionários. São Paulo: MBooks, 2013.

CAPRA, F.; LUISI, P. L.. **A Visão Sistêmica da Vida**: Uma concepção unificada e suas implicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas. São Paulo: Cultrix, 2014. 615 p. Tradução de Teruya Eichemberg e Newton Roberval Eichemberg.

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009. 590 p.

COENEN, T. et al. Knowledge Sharing over Social Networking Systems: Architecture, Usage Patterns and Their Application. In: MEERSMAN, R. et al (Ed.). **OTM Workshops 2006**. [s.i]: Springer-verlag, 2006. p. 189-198.

COSTA, R. On a new community concept: social networks, personal communities, collective intelligence. **Interface-Comunic.**, Saúde, Educ., v.9, n.17, p.235-48, mar/ago 2005.

CROMITY, J. The Impact of Social Media in Review. **New Review of Information Networking**, 17:22–33, 2012

ENNE, Ana Lúcia S.. Conceito de rede e as sociedades contemporâneas. **Comunicação e Informação**, [s.i], v. 7, n. 2, p.264-273, jul./dez. 2004.

HAKAM, Yahya et al. A review of factors affecting the sharing of knowledge in social media. **Sci.int**, [s.i], v. 26, n. 2, p.679-688, 2014.

HEMSLEY, J., MASON, R. M. The Nature of Knowledge in the Social Media Age: Implications for Knowledge Management Models. **45th Hawaii International Conference on System Sciences** 2012.



Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo

LINDNER, Luis Henrique. Diretrizes para o design de interação em redes sociais temáticas com base na visualização do conhecimento. **Dissertação**, 2015

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p.71-81, jan./abr. 2001.

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco J.. **A Árvore do Conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. 9. ed. São Paulo: Palas Athena, 2001. 288 p. Tradução de Humberto Mariotti e Lia Diskin.

PERASSI, R.; MENEGHEL, T. Conhecimento, Mídia e Semiótica na área de mídia do conhecimento. In: VANZIN, Tarcísio; DANDOLINI, Gertrudes Aparecida. (org) **Mídias do Conhecimento**. Florianópolis: Pandion, 2011.

PRADO, Gladys Milena Berns Carvalho do. Mídia digital e conhecimento na área de coaching: contradições na formação e na comunicação da marca profissional. **Dissertação**, 2017.