

A Análise de Redes Sociais no estudo do processo da construção da ajuda mútua da pessoa com doença oncológica com blogue¹

Carla Damásio – Instituto Politécnico de Leiria²

Lucília Nunes – Instituto Politécnico de Setúbal

José Manuel Sobral – Universidade de Lisboa

Resumo

Os recentes desenvolvimentos na saúde, sociedade e tecnologia, têm conduzido a novas formas de estar. Encarar hoje a doença oncológica (DO) é enfrentar um desafio. A comunicação, também sofreu evolução e a Internet assume um espaço crescente na sociedade. O *blogue* revolucionou a partilha de experiências, como é o caso da vivência da DO, podendo ser gerador de um processo de construção de ajuda mútua. Emergiu a questão: *Quais os bloguitas mais ativos e dominantes numa rede de pessoas com doença oncológica com blogue?* Este artigo tem como objetivos: Identificar as pessoas com DO com blogue; Identificar as pessoas mais ativas e as pessoas dominantes na rede, recorrendo à Análise Estrutural da Rede Social.

Para seleccionar a amostra recorreu-se ao método de amostragem não probabilística, intencional, em bola de neve.

A rede encontrada constitui-se por 32 blogues, com 1602 ligações (720 com pessoas com DO e 434 na rede), dos quais foram seleccionados 17 blogues.

A rede estudada tem uma boa *densidade* (0,438), pelo que a informação se difunde com facilidade entre os nós, cujos atores têm altos níveis de *capital social*.

Palavras-chave: Análise de Redes Sociais – Blogue – Doença Oncológica – Ajuda Mútua.

Abstract

Recent developments in health, society and technology have led to new ways of being. Looking today at oncologic disease (OD) is facing a challenge. The communication also suffered evolution and the Internet takes on a growing space in society. The blog revolutionized the sharing of experiences, such as the experience of OD, and may have been generator of a process of building mutual aid. Emerged the question *What are the most active and dominant in a people with oncological disease with blog network?* This paper aimed to: Identify people with OD with blog; Identify the more active and dominant people in the network, using the Structural Analysis of Social Networking

To select the sample we used the non-probability sampling method, intentionally, in snowball. The founded network consists of 32 blogs, establish 1602 connections (of which 720 are with people with OD and 434 in the network), of which blogs 17 were selected. The studied network has a good density (0.438), by which

¹ Este artigo resultou de uma comunicação realizada no "2º SUMMER COURSE EN ANÁLISIS DE REDES SOCIALES y 2º WORKSHOP DE INVESTIGACIÓN – Relaciones y Networks: Materializando lo invisible" na Universidad de León, Ponferrada

² Contacto: carlapdamasio@gmail.com; carla.damasio@ipleiria.pt . Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico de Leiria. Campus 2 - Morro do Lena - Alto do Vieiro - Apartado 4137, 2411 - 901 Leiria.



information spreads easily among the nodes, whose actors have high levels of social capital.

Key words: Social Network Analysis – Blog – Oncologic Disease – Mutual Help.

Introdução e Justificação

Este artigo tem como objetivo: apresentar parte de um projeto de investigação a decorrer no programa de Doutoramento em Enfermagem na Universidade de Lisboa (Portugal), no que diz respeito a *identificar os blogues mais ativos e dominantes no grupo de pessoas com doença oncológica que tem blogue*. A pessoa com doença oncológica vive situações dramáticas (Carvalho, 2007), por ter um impacto negativo extremo pelo seu estigma social. Ouvir a palavra “Cancro” desperta na pessoa receios e incertezas (Barroso, 2007). São doenças de curso silencioso, que a sociedade considera como ameaça à vida, sendo sinónimo de morte (Santos, 2006) ou de mutilação (Deters, 2003) e associadas a um sofrimento atroz (Pais, 2004). O *stress*, o *coping*, a depressão e o suporte social refletem-se no sistema imunitário, influenciando o aparecimento e a evolução do cancro, havendo complexidade entre as ligações estabelecidas entre os aspetos psicológicos e o cancro (Reynaert, Libbert & Janne, 2000).

O apoio social, que pode ser afetivo-emocional, material ou informativo, não é exclusivo da rede pessoal informal dos sujeitos. É importante que nessa rede se incorporem elementos que favoreçam a sua criação, bem como o seu potencial. Tratam-se dos Grupos de Ajuda Mútua (GAM’s) como fontes de apoio social (Cañameras, 2011). Os grupos de ajuda mútua são definidos como grupos de duas ou mais pessoas que partilham uma experiência ou problema, que estão juntos para prestar ajuda específica ao problema e apoiarem-se uns aos outros (Humphreys, 2004). Os próprios membros criam os grupos sem envolvimento profissional. As pessoas podem frequentar os GAM’s tão intensamente e pelo tempo que desejem (Kelly & Yeterian, 2008). Os membros dos grupos de ajuda mútua proporcionam uma rede de relações sociais, que não estariam disponíveis de outro modo para uma pessoa que enfrenta desqualificações sociais derivadas da condição que a levou ao grupo. O aumento das redes sociais relaciona-se com a ajuda concreta proporcionada pelos membros, com base emocional e na partilha de problemas ou de sucessos. O apoio social aos membros é um elemento chave no funcionamento destes grupos (Levine & Perkins, 1987).

Vários investigadores têm-se referido aos benefícios na saúde da ajuda mútua e da participação em GAM’s (Sullivan, 2003). Estes benefícios incluem mudança

favorável de sintomas, recuperação marcada e respostas adaptativas ao diagnóstico da doença (Berger, 1985; Spiegel, Bloom, Kraemer e Gottheil, 1989). Os resultados de investigação de GAM's sugerem que os mesmos podem promover *coping*, reduzir respostas emocionais adversas ao cancro e ajudar os participantes a retomarem as suas atividades anteriores à doença (Youssef, 1984). A rede social serve como uma forma de passar informação sobre as práticas de cuidados de saúde, especialmente para aqueles sem acesso aos mesmos, ou para os que não estão educados sobre o sistema de cuidados (Ashing-Giwa et al., 2006).

O aparecimento da World Wide Web alterou a forma como se acede à informação. As novas tecnologias são, cada vez mais, o recurso da população para a resolução dos seus problemas do dia-a-dia (Sampaio, 2007; Silva et al., 2008). A Internet permite a produção, o consumo e a comunicação de conteúdos seguindo, de forma não exclusiva, os contactos sociais (Molina, 2011). A emergência da nova tecnologia da informação modificou a unidirecionalidade do fluxo da informação dos meios de comunicação para a audiência, tornando possível a interação imediata (Dan Li, 2005).

A mediação da comunicação através do computador pode ser muito eficiente no estabelecimento dos laços sociais por facilitar a sua manutenção (Recuero, 2004). As redes sociais presentes no ciberespaço distinguem-se das do espaço *offline*, pois as trocas sociais são arquiváveis e recuperáveis, a própria representação no ciberespaço altera o grupo em si, podendo ser representadas através de diversas ferramentas (onde se incluem os blogues). Por não se desgastarem com a falta de contacto, sofrem menos com a temporalidade das relações pessoais, sendo por isso mais estáveis, complexas e compreendem uma pluralidade de relações mais ampla (Recuero, 2012). Os cibercontactos podem evoluir para o desenvolvimento de amizades exclusivamente online ou resultarem mesmo em encontros face-a-face (Giddens, 2007).

O conceito formal de *Weblog*, *blog*, ou em português *blogue*, pode ser considerado um diário na Web, cuja informação está organizada da mais recente para a mais antiga (em *post*), frequentemente atualizado com opiniões, emoções, factos, imagens, entre outros. Disponibiliza um índice de entrada e pode conter apontadores para outros sites. Os seus autores podem ser pessoas em nome individual e/ou coletivos, podendo estar abertos a todos ou afetos a uma comunidade fechada, discutindo temas específicos de interesse para esse grupo. Resumidamente, um *blogue* pode ser considerado um diário, mas em formato

eletrónico (Rodrigues, 2004; Pires, 2006; Gurak & Smijana, 2008; Baltazar, 2009), com baixo custo e facilidade de manuseamento (Canavilhas, 2006).

A função básica das hiperligações, inerente aos *blogues*, foi expandida a muitos outros usos, que podem formar uma comunidade baseada em interesses mútuos (Dan Li, 2005). A *blogoesfera* é definida como uma comunidade e conteúdos que constituem os *blogues*; isto é, o conjunto de quem faz (*bloguista*, em Portugal; *blogueiro*, no Brasil) de quem disponibiliza e de quem lê os *blogues* (Pires, 2006). Os *blogues* permitem que determinados assuntos se debatam num período de tempo considerável e que as discussões entre *bloguistas* se tornem uma prática corrente, estabelecendo-se relações de cumplicidade ou discórdia. São partilhadas e adicionadas ideias e opiniões entre os vários participantes. Criam-se círculos que originam uma rotina e uma comunidade, em que o leitor de um determinado *blogue* acaba por ir espreitar outros, ler o que dizem e se for também autor de um desses *sites*, talvez até comente determinadas situações que vê num *espaço vizinho* (Rodrigues, 2004). As conexões não são feitas de modo aleatório, mas de modo intencional, em que os laços sociais são estabelecidos sob prismas muito específicos de interesses comuns (Recuero, 2004).

Os assuntos abordados nos *blogues* capacita-os para agregar uma rede à sua volta (Rodrigues, 2004). Estas redes sociais são facilitadas quando nos referimos à *blogosfera*, pois a criação de pequenas redes entre os *blogues* funciona como uma marca distintiva de um determinado grupo temático (Canavilhas, 2006), neste caso a doença oncológica. Na medida em que cada *weblogue* ou *fotoblogue* representa um indivíduo (ou um grupo) e está inerente a exposição da sua individualidade, os mesmos podem representar redes sociais (Primo & Recuero, 2003). O trabalho em redes de conexões pode dar origem a uma perspetiva global, baseada na experiência pessoal (Lipnack & Stamps, 1992).

Os *blogues* têm sido considerados por inúmeras pessoas doentes como uma forma benéfica de desabafar e dividir com outras pessoas as suas experiências. Além de criar um espaço virtual de ajuda mútua, informando e sensibilizando os leitores que enfrentam o mesmo problema, ao escrever sobre os seus sentimentos, a pessoa doente sente-se aliviada. Para a presidente do Portal Oncoguia, psico-oncologista e especialista em Bioética, Dra. Luciana Holtz, os *blogues*, de maneira geral, têm ação benéfica no tratamento do doente.

“As comunidades e os blogs funcionam como grupos de apoio virtuais alimentados em forma de depoimentos e comentários. Essa interação faz com que o paciente se sinta amparado, acolhido e compreendido já que, na

maioria das vezes, ele interage com uma pessoa que está passando (ou já passou) pelo mesmo que ele. (...) Além de atuarem como uma rede de apoio entre os pacientes, eles também agem como fonte de conscientização sobre a doença já que os blogueiros/ pacientes contam detalhadamente a sua história, quais eram os sintomas e o que ajudou e atrapalhou no processo do diagnóstico do cancer” (Oncoguia, 2009).

Apresenta-se em seguida um esquema diagramático dos conceitos em uso e sua relação, no estudo.

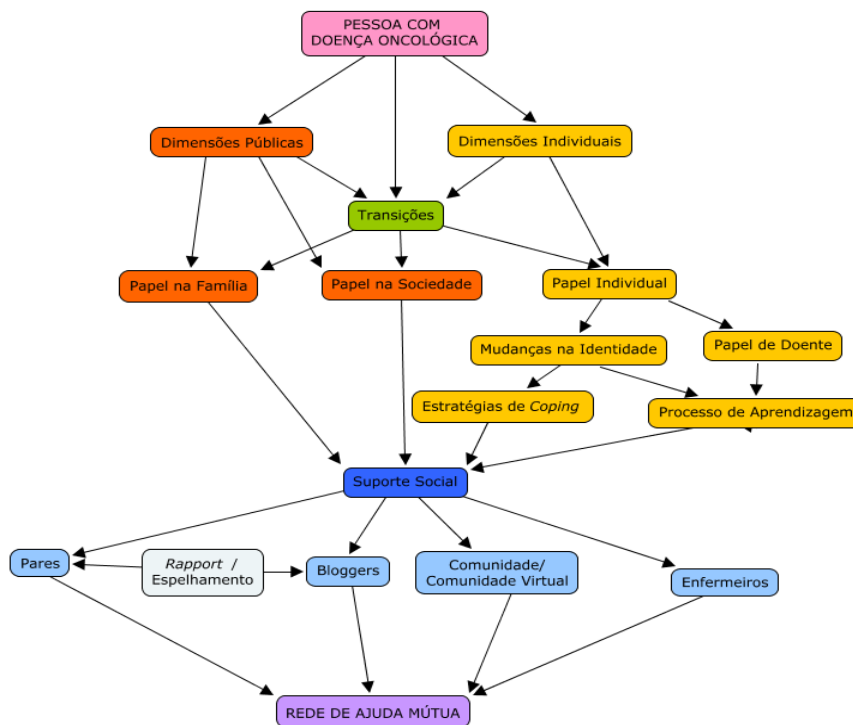


Figura 1 – Relação entre Conceitos

As redes de ajuda mútua *on-line* têm um potencial considerável para promover saúde, bem-estar e *empowerment*. Reconhecendo esta realidade, os investigadores começaram a avaliar a natureza, função e efeitos dos GAM's *on-line* (Klaw, Huebsch e Humphreys, 2000; Maya Jariego, 2001; Montardo & Passerino, 2010). Estima-se que existam mais de 400 000 grupos de ajuda mútua *online* de pessoas com doença oncológica (Im et al., 2005). Connel, Patterson e Newman (2006) sugerem a existência de suporte adicional com recurso à tecnologia, nomeadamente tele e videoconferência e salas de *chat* na Internet para promover ligações sem restrições geográficas. Estas redes tornaram-se um recurso importante para investigadores que trabalham com pessoas com doença oncológica que residem em diferentes áreas geográficas nacionais e internacionais (Im et al., 2005).

Além dos estudos sobre os grupos de ajuda *online*, de referir também estudos em grupos de ajuda mútua em que foi utilizada a Análise de Redes Sociais (ARS) (Maya Jariego, 2001; Montardo & Passerino, 2010; Cañameras, 2011). Maya Jariego (2001) procurou descrever um grupo de autoajuda *online* e explorar as possíveis diferenças dos grupos face a face. Para tal, examinou o conteúdo de mensagens trocadas por um grupo de utilizadores de um grupo online de auto-ajuda da Alzheimer's Association, aberto a doentes, cuidadores e todo o tipo de pessoas interessadas no tema, distinguindo cinco tipos gerais de resposta: intercâmbios de apoio; comunicação das experiências pessoais; aspetos organizacionais e de grupo; temas reivindicativos e de sensibilização; e outros conteúdos. Posteriormente, e para descrever as relações de apoio entre o grupo, realizou uma ARS a partir das respostas aos pedidos de informação ou de alívio emocional, em que tinha sido possível identificar emissor e recetor do comportamento de ajuda, recorrendo aos indicadores de centralidade – *degreeness*, *closeness* e *betwenness* dos participantes. O investigador verificou tratar-se de um grupo pouco estruturado, contendo um pequeno núcleo com maior centralidade e influência, responsável pela quantidade e qualidade da participação. Este foi composto por 5 sujeitos, em torno dos quais se organizam os contributos ocasionais do resto dos participantes. Após uma análise 2-clan, quatro destes aparecem também como integrantes do agrupamento mais significativo. Contudo, dois deles devem a sua centralidade ao elevado número de respostas que suscitam os seus pedidos de ajuda, pelo que ficam três os dinamizadores do grupo, sendo um deles reconhecido formalmente como secretário. Estes três contribuem com um maior número de mensagens e têm um papel crucial como prestadores de apoio. Todos os participantes-chave são mulheres.

O autor conclui que o grupo de auto-ajuda proporciona um ambiente positivo, que permite a partilha aberta dos problemas pessoais e obtenção de informação sobre a doença, sendo este grupo comparável com as características e conteúdos dos grupos de auto-ajuda face a face. O investigador destaca o facto deste grupo estar vinculado a uma associação que organiza reuniões presenciais, supondo por isso haver maior probabilidade da existência de um conjunto de pessoas que assumam a responsabilidade de manutenção do grupo. Este estudo veio confirmar que os grupos de apoio eletrónico podem funcionar de modo semelhante aos grupos presenciais, sendo a internet e outras redes eletrónicas viáveis para estabelecer novos contactos, aceder a laços débeis, partilhar apoio de modo recíproco, desenvolver relações íntimas e formar grupos de interesses partilhados. Para pessoas com doenças crónicas e seus cuidadores, com uma participação social

limitada pela sua condição, os grupos eletrónicos podem também ser uma alternativa potencialmente benéfica para os seus níveis de implicação comunitária e bem-estar psicológico (Maya Jariego, 2001).

A investigação de Montardo e Passerino (2010) centra-se num estudo de caso de blogues sobre autismo e síndrome de Asperger, em que se recorreu à ARS, procurando responder à questão *como se dá a inclusão social de pais de pessoas com necessidades especiais em blogues temáticos?* Estas autoras consideram todas as ferramentas de socialização *online* como alternativas de grupos de ajuda mútua, sobretudo para os pais que não têm condições de o frequentar, por falta de tempo ou impossibilidade de se deslocarem. Os blogues foram objeto de pesquisa por permitirem disponibilização de muitas informações, bem como a possibilidade de diálogo através dos comentários, que pode ser acedido pelos familiares ou pelas próprias pessoas com necessidades especiais quando lhes for mais conveniente.

Numa amostra de treze blogues, cujos autores deram o seu consentimento para a participação no estudo, foram realizados diversos mapas que identificaram *links* (*blogroll*, comentários, *posts*) que unem a rede, recorrendo ao *software CMap Tools*. Foi realizada uma análise de todos os *posts* e comentários de dez blogues, privilegiando-se a estrutura da rede, à luz de Recuero (2005). Verificou-se haver diferenças entre as publicações sobre o autismo de acordo com o género, sendo que os pais/homens abordam predominantemente aspetos objetivos relacionados com as necessidades especiais indicadas, como a descrição da rotina, congressos, descobertas, tratamentos, leis; enquanto que as mães/mulheres privilegiam mais o subjetivo a respeito desses mesmos assuntos, havendo um destaque na sua angústia com as dificuldades e esperança decorrente das vitórias na educação dos filhos. Foi proposta uma interpretação de laços fortes e fracos que combina a sua definição com a noção de capital social. Verificou-se que nas mulheres predomina capital social relacional, pois os *links* comportam apoio, emoção e identificação e, como tal, são considerados fortes. Já, para os homens, os laços sociais são fortes quando provêm de socialização em torno de capital social cognitivo. Contudo, os laços fracos não deixam de ter a sua importância na inclusão social. Para os homens trazem apoio e elogios à iniciativa de manter um blogue; para as mulheres, trazem informações, o que leva as autoras a concluir que laços fortes e fracos são relevantes na inclusão social em blogues. Muitos dos promotores de inclusão social nesta rede colocam-se mais numa posição de dadores, do que recetores de informação (capital social cognitivo) e de apoio (capital social relacional). Verificou-se também que a presença de *links* no *blogroll* pode também

ser importante para apontar um fluxo de possível navegação e de socialização entre pessoas interessadas no tema discutido; contudo, não sinaliza necessariamente a socialização nesses blogues, sendo considerado pelas autoras que o mesmo é efetivado através dos comentários (Montardo & Passerino, 2010).

O estudo de Cañameras (2011) centrou-se nos padrões de mudança nas famílias com crianças com cardiopatias congénitas e tinha como objetivo demonstrar a importância que as relações sociais adquirem no âmbito da saúde. Trata-se de um estudo qualitativo, não experimental, baseado num estudo longitudinal de casos, que teve como participantes pais, mães de/e pessoas com cardiopatia congénita, recrutados através da Associação de Ajuda dos Doentes com Cardiopatias Infantis da Catalunha. Além do questionário, o autor considerou a entrevista e a observação como as principais técnicas de recolha de dados. Das técnicas de análise de dados, destacamos a Análise de Redes Sociais, com recurso ao *Egonet*, como *software*. O SPSS foi o *software* eleito para a análise dos dados.

Foram realizadas duas redes, em momentos distintos, para cada informante. Foi descrita a estrutura da rede, a sua função e as medidas de centralidade. O *blockmodels* ou a análise de grupos que constituem a rede proporcionou o apuramento das causas de comunicação com cada *alteri*. Face à cardiopatia congénita, em termos de redes, o investigador detetou quatro estratégias, não exclusivas entre si: *a rede normalizada*, *a rede natural*, *a rede institucionalizada* e *a rede medicalizada*. A rede normalizada é a rede que não sofreu modificações na sua estrutura como consequência da doença. No entanto, podem existir modificações quanto à função na rede. Já a *natural* é aquela rede em que se incorporam pais/mães e/ou afetados por uma cardiopatia congénita sem a intervenção de nenhuma associação de cardiopatias congénitas. O objetivo das pessoas que integram estas redes é o contacto com *iguais*, socializando-se desta forma com a doença. A *rede institucionalizada* incorpora distintos *alteri* relacionados com uma associação de cardiopatias congénitas. Estes *alteri* podem ser, tanto pessoal técnico da associação, como pais, mães e pessoas com cardiopatia congénita, cuja relação se estabeleceu através da própria associação, podendo mesmo existir duas ou mais associações. Por fim, a *rede medicalizada* é aquela rede em que se incorporam profissionais de saúde e de serviço social, tendo uma função de prestadores de informação.

Face ao exposto, verificamos que os blogues revolucionaram a partilha de experiências e informações, proporcionando ajuda e apoio social. Com o presente artigo procurou-se:

- 1) Identificar as pessoas com doença oncológica com blogue;
- 2) Identificar as pessoas mais ativas na rede;
- 3) Identificar as pessoas dominantes na rede, recorrendo à Análise Estrutural da Rede Social.

Material e Método

De modo a dar resposta à questão formulada no presente artigo, recorreremos à Análise Estrutural de Redes Sociais com o objetivo de fundamentar a escolha dos atores do estudo, como sendo os mais ativos e dominantes na rede. Recuero (2005) propôs um modelo de análise de redes sociais na Internet, constituído por três elementos fundamentais: organização, estrutura e dinâmica. A organização refere-se à interação social num grupo; a estrutura ao resultado das trocas empreendidas nesse grupo, em termos de laços sociais e de capital social; e a dinâmica trata das modificações sofridas numa rede ao longo do tempo. Com base nesta autora, podemos afirmar que a presente análise centrar-se-á na estrutura.

Identificação das Pessoas com Doença Oncológica com blogue

Os dados foram colhidos em vinte e uma semanas, no período compreendido entre 26 de fevereiro e 13 de julho de 2012.

A seleção da amostra foi realizada de acordo com o método de amostragem não probabilística, intencional, em bola de neve (*snowballing*) (Trochim, 2006), que segundo Gauthier (2003, p. 215) “*consiste em juntar a um núcleo de indivíduos todos os que estão em relação com eles e assim por diante*”. O processo deve ser repetido até que o número de novos atores se torne limitado (Frank, 1978; Lemieux & Ouimet, 2006).

A partir do blogue da pesquisa anterior (Damásio, 2009), em que estudámos as experiências de doença de uma pessoa com doença oncológica, expressas no seu blogue pessoal, e a forma como o seu blogue influencia a sua vivência em relação à situação de doença, identificámos os *blogues* com os quais esta pessoa tinha ligações, tanto através do seu perfil, como na coluna lateral do blogue, podendo alguns dos blogues estar em ambos. A ligação com o blogue designada no perfil como *Blogues que estou a seguir* (para os Blogspot), *Blogues que sigo* (na Wordpress) ou *Os que sigo* (no Sapo) surge através de convites feitos pelos outros *blogguers* para se tornarem membros. Já os que surgem na coluna lateral dos

blogues da *Blogspot* ou do *Sapo*, são colocados e organizados pelo próprio autor do *blogue*, com designações atribuídas também pelo mesmo. Na *Wordpress*, os blogues da coluna lateral decorrem da *blogroll*. A rede obtida na colheita de dados na Internet é, de acordo com Recuero (2014), associativa ou de filiação, pois decorre de relações de seguidores, pelo que são consideradas relações de certa forma estáveis, mantidas pelas ferramentas.

A codificação foi uma necessidade ao longo do processo de recolha de dados. Para tal recorreremos a números, sendo que o *blogue* de partida foi codificado com o número um e a cor amarelo torrado. Consideramos que a atribuição de código numérico facilitaria a análise estrutural da rede social (Fase 2) e o de cores a identificação dos vários níveis.

Identificados os blogues com que o *blogue* de partida se ligava, organizados por ordem alfabética, incluímos apenas os que referiam claramente ou que nos seus *posts* expressavam que o seu autor(a) era portador de doença oncológica.

A leitura flutuante do conteúdo dos blogues, bem como a pesquisa no conteúdo do *blogue* de palavras-chave como *cancro*, *doença*, *hospital*, *quimioterapia* e *radioterapia* facilitaram a identificação no discurso dos autores dos blogues como sendo ou não portadores de doença oncológica. Com um total de doze, os *blogues* foram codificados com a cor verde e constituem o nível II da amostra.

Tal como mencionado por Patton (2002), convergiram nomes chave, neste caso, *blogues*, que são mencionados vezes repetidas. Para termos uma maior perceção do número de vezes que cada um dos *blogues* surgia nas ligações de todos os *blogues*, realizámos um contador de frequências dos *blogues* de pessoas com doença oncológica, calculando também a média de frequência de cada nível. Deste modo, poderíamos verificar com maior facilidade os que apareciam com número superior à média dos restantes.

Cada *blogue* identificado como sendo de pessoa com doença oncológica seria incluído no contador. Tal procedimento vai ao encontro do mencionado por Rodrigues et al. (2004) que defendem que aquando da recolha inicial de dados, há necessidade de uma cobertura total dos dados.

Para cada um dos doze *blogues* que constituem o nível II da “bola de neve”, foram identificados os *blogues* com os quais cada um tem ligações, recorrendo ao mesmo método, que é designado por Hanneman e Riddle (2005) como *método de bola de neve de dois estádios* (*two-stage snowball method*).

Após a identificação de todos os blogues com que os doze blogues se ligavam, termos selecionado os que tinham como autores pessoas com doença oncológica, dos mesmos terem sido inseridos no contador de frequências, comparámos as frequências obtidas pelos novos *blogues* emergentes neste nível, com a frequência média dos doze e treze blogues, já constituintes da rede. Desta forma, estabelecemos como critério para a definição do nível seguinte a frequência média dos blogues incluídos na rede, distinguindo-se o cálculo com o *blogue* de partida e sem o mesmo. O procedimento repetiu-se de nível em nível até obtermos um valor médio de frequência que não fosse relevante para a fase seguinte (nesta situação 11).

Nível	Nº do Blogue
I	1
II	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9
	10
	11
	12
	13
	III
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
IV	23
	24
	25
	26
	27
	28
V	29
	30
VI	31
	32

Quadro 1 – Codificação da Amostra por nível, cor e número

A amostra ficou assim constituída por trinta e dois blogues de pessoas com doença oncológica, sendo que trinta (93,75%) são individuais e dois (6,25%) são de grupo. Entre os blogues individuais, vinte e sete (90%) são de pessoas do género feminino, três são de pessoas do género masculino (10%). Entre os blogues de grupo, um (28) tem especificado os seus participantes, sendo sete pessoas do

género feminino. Refira-se que uma destas sete participantes, é também autora de um blogue individual. O outro blogue (32) não tem especificado os seus participantes, mas representa um grupo de teatro, em que diversas autoras dos blogues individuais que integram a rede (5, 13, 16, 21, 22, 30) têm ou tiveram um papel ativo como participantes em peças de teatro, juntamente com alguns dos seus familiares. O blogue 29, embora tenha a contribuição de uma outra pessoa além da sua criadora inicial, considerámos que seria individual, pois a participação da segunda pessoa é muito subtil e surge já numa fase adiantada do processo de doença em que a sua proprietária deixa de ter condição de saúde que lhe permita atualizar o blogue.

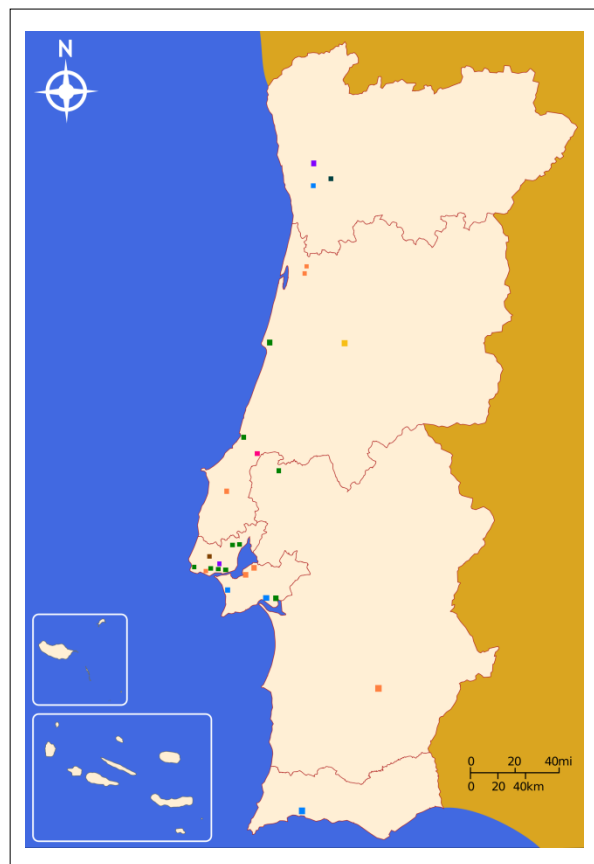


Figura 2 – Distribuição dos Blogues com localização em Portugal nas 7 Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS)

Adaptado de: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Portugal_NUTS_II.svg

No que diz respeito ao país, apenas um dos blogues (28) não tem especificado a sua localização, por ser de grupo e ter vários autores. Entre os restantes 31, 29 referem no seu perfil como país de localização, Portugal, um refere Brasil (7) e um outro (25) Angola. Entre os 29 com localização em Portugal, 27 especificam a

localidade, tendo sido realizada a sua distribuição, com as cores de cada nível, no mapa da Figura 2, de acordo com as matrizes de delimitação geográfica da Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS), Nível II, definidas no DL 244/2002, de 05/11, que estabelece a divisão de Portugal em sete unidades: Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve; Açores e Madeira. Verificaram-se três blogues no Norte (12, 27, 29), sete no Centro (1, 2, 13, 15, 18, 21, 32), dois no Alentejo (5, 20), catorze em Lisboa (3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 14, 16, 17, 22, 26, 30, 31) e um no Algarve (24). Os Blogues 19 e 23 não especificam a região.

A localização do *bloguer* de Angola tem como cidade Luanda (25); do Brasil, o Rio de Janeiro (7).

A Análise Estrutural da Rede

A *rede* social é definida como um conjunto de participantes autónomos, que unem ideias e recursos em torno de valores e interesses comuns e partilhados, em que se valorizam os elos informais e as relações, em detrimento das estruturas hierárquicas. Apesar de emergirem de uma esfera informal de relações sociais, os efeitos das redes podem ser percebidos fora do seu espaço, nas relações com o Estado, a sociedade e noutras instituições (Marteleto, 2001). A cultura promove a identidade dos membros da rede social (Capra, 2003). As redes não param no tempo nem no espaço, são dinâmicas e estão sempre em transformação (Watts, 2003). Uma rede não se restringe à soma de relações e a sua forma exerce influência sobre cada relação (Degenne & Forse, 1994).

A Análise Estrutural das Redes Sociais refere-se à forma das relações entre os atores sociais e tem como objetivo analisar as relações entre os atores e não tanto entre os atributos. Trata-se de uma maneira, entre outras, de abordar os fenómenos sociais (Lemieux & Ouimet, 2006). As pessoas são pensadas, além do que são, considerando-se que através das conexões e das situações desenvolvidas a partir dessas mesmas relações, posicionam-se na vida social com maior agilidade (Marteleto, 2001).

Ao longo desta Análise Estrutural, temos em consideração os objetivos da mesma que são: identificar as pessoas (que integram os blogues) mais ativas na rede e identificar as pessoas (que integram os blogues) dominantes na rede.

Caracterização e Análise da Rede

A rede encontrada é constituída por 32 blogues (30 individuais e 2 de grupo). Estes 32 blogues estabelecem 1602 ligações, das quais 720 são com pessoas com doença oncológica e 434 com pessoas incluídas na rede. Destacam-se os blogues **13** (130 ligações), **6** (119 Ligações), **27** (113 ligações), **3** (108 ligações) que se ligam com mais de 100 blogues. Pelo contrário, os blogues **11, 18, 24 e 32** não têm qualquer ligação com os blogues identificados. Com poucas ligações, considerámos os blogues com menos de trinta ligações, sendo estes o **2, 12, 19, 28 e 31**.

O número de ligações diminui de nível para nível, o que se explica pelo facto do número de atores diminuir à medida que progredimos no nível, à exceção dos níveis V e VI em que ambos compreendem dois atores. Assim, em termos de ligações temos: Nível I, com 14 ligações; Nível II, com 162 ligações; Nível III, com 110 ligações; Nível IV, com 94 ligações; Nível V, com 28 ligações e Nível VI, com 26 ligações.

O grafo resultante deste conjunto de relações é representado na Figura 3, e foi realizado através dos programas informáticos *UCINET® 6 for Windows®*, na Versão 6.421 (Borgatti, Everett & Freeman, 2002) e *Netdraw 2.123®* (Borgatti, 2002). Estes programas, bastante reconhecidos por analistas de redes, foram especialmente desenvolvidos para esta função de elaboração e manipulação de matrizes reticulares. O *Netdraw®*, incluído no pacote do *UCINET®*, permite a visualização dos grafos a duas dimensões (Passerino, Montardo & Benkenstein, 2007).

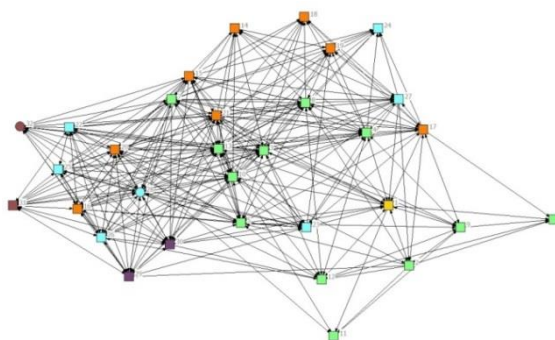


Figura 3 – Grafo resultante da relação entre os atores³

³ De modo a facilitar a leitura, mantivemos a codificação da cor para cada nível. Os blogues individuais são representados com um quadrado e os de grupo com um círculo.

De entre as possibilidades metodológicas oferecidas pelo software utilizado, foram selecionados os conceitos densidade, reciprocidade, medidas de centralidade de Freeman (*outdegree* e *indegree*), coeficiente de variação e egoredes, cujas medidas vão ao encontro do objetivo da análise.

Hanneman e Riddle (2005) recomendam que se inicie o enfoque da análise na rede como um todo, no número de atores, número de ligações possíveis e o número de ligações presentes. Foram também analisados os *casos negativos*, de modo a procurar informantes cujas experiências não confirmam a hipótese emergente ou que possa refutar a teoria emergente e conceitos (Milliken & Schreiber, 2001; Patton, 2002; Schreiber, 2001).

Encontrámos uma densidade de **0,438**, o que significa que são estabelecidas 43,8% das relações possíveis e lógicas, com um valor médio de 13,563, pelo que podemos afirmar que estamos perante uma rede com uma boa densidade. A **reciprocidade híbrida** obtida na rede é de 0,6074. Em todos os pares de atores que têm qualquer conexão, 60,74% têm uma conexão recíproca, o que sugere um grau considerável de conexões horizontais entre os seus membros. Tal como referem Hanneman e Riddle (2005) uma rede com uma predominância de laços recíprocos através de conexões assimétricas pode ser uma rede mais “igual” ou “estável” do que uma com uma predominância de ligações assimétricas, que pode ser uma hierarquia. Tal resultado vem complementar a igualdade de valor obtido no valor médio de *in-degree* e *out-degree* (13,563).

Ao analisarmos a **acessibilidade**, em que, para cada par de nós, o algoritmo indica se existe um caminho de qualquer comprimento que os liga, verificamos que todos os blogues têm acesso uns aos outros, à exceção dos blogues **6, 11, 18, 24 e 32**, que não dispõem de ligações *outdegree*. Quando alguns atores numa rede possam não aceder uns aos outros, há a possibilidade de uma divisão da rede. Ou pode indicar que a rede que estamos a estudar seja composta por mais do que uma sub-população (Hanneman & Riddle, 2005).

O **poder** é uma propriedade fundamental das estruturas sociais. A abordagem das redes realça que o poder é inerentemente relacional. Um indivíduo não tem poder no abstrato, tem poder porque pode dominar outros (Hanneman & Riddle, 2005). A margem de decisão da pessoa inserida numa determinada rede social relaciona-se com a distribuição do poder com a estrutura da dependência e das tensões no interior do seu grupo. A influência do ator sobre os outros pode ser grande, mas a autonomia da rede em que ela age é mais forte (Marteleto, 2001).

No que diz respeito à **centralidade**, obtivemos um mínimo de 0 e 27 de máximo, o valor médio de *outdegree* é 13,563, com um desvio-padrão de 7,933. Na nossa rede verificamos que os atores com um *out-degree* mais elevado de 27 são o **3**, o **13** e o **21** (9,375%), o que significa que estes são os que têm um maior potencial de ser influentes na rede. Muito perto destes, com 25 e 21 ligações, temos os blogues **7** e **15** (6,25%), respetivamente. Em oposição, com um *out-degree* de zero, ou seja, sem possuir qualquer ligação com os outros, e assim com pouco potencial de influência na rede temos os blogues **6, 11, 18, 24 e 32** (15,625%). Os atores no *meio* serão influentes se estiverem ligados com os atores certos (neste caso o **3**, o **13** e o **21**) (Hanneman & Riddle, 2005). No *meio*, e com 6 a 10 ligações, temos os blogues **2, 9, 12, 14, 19 e 28** (18,75%); com 11 a 15 ligações temos os blogues **1, 23, 26, 29, 31** (15,625%), com 16 a 20 ligações temos os blogues **4, 5, 8, 10, 16, 17, 20, 22, 25, 27, 30** (34,375%) (Quadro 2).

Sintetizando o potencial de influência na rede, verifica-se que, apenas os cinco blogues periféricos (**6, 11, 18, 24 e 32**), que representam 15,625% da rede, têm pouco potencial de influência na rede. Em oposição, os blogues **3, 7, 13, 15 e 21**, ou 15,625% têm um grande potencial de influência na rede. Os restantes 22 blogues (**1, 2, 4, 5, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31**), ou 68,75% têm um potencial de influência médio na rede.

Estes dados vêm reforçar a ideia de se tratar de uma rede em que a informação tem pouca dificuldade de circulação.

Os atores que se ligam a quase toda a gente, ou os que não têm ligações com quase ninguém, são mais *previsíveis* no seu comportamento com qualquer outro ator do que aqueles com números intermédios de ligações (Hanneman & Riddle, 2005). Neste sentido, atores com muitas ligações (no centro da rede) (**3, 13, 21**) e atores na periferia da rede (com poucas ligações) (**6, 11, 18, 24, 32**) têm padrões de comportamento que são mais contidos e previsíveis. Os atores apenas com algumas ligações podem variar mais no seu comportamento (**2, 9, 12, 14, 19 e 28**), dependendo de com quem se ligam.

Nível	Blogue	Total de Ligações <i>Out-Degree</i>	% de blogues da Rede	Potencial de Influência na Rede		
II	3	27	15,625	GRANDE		
	13					
III	21					
II	7	25				
III	15	21				
II	4	≥16 e ≤20	68,75	MÉDIO		
	5					
	8					
	10					
III	16					
	17					
	20					
IV	22					
	25					
	27					
V	30					
I	1	≥11 e ≤15	68,75	MÉDIO		
IV	23					
	26					
V	29					
VI	31					
II	2	≥6 e ≤10			68,75	MÉDIO
	9					
	12					
III	14					
	19					
IV	28					
II	6		0	15,625		
	11					
III	18					
IV	24					
VI	32					

Quadro 2 – Potencial de Influência na Rede de acordo com o total de ligações *out-degree*

É também útil analisarem-se as estatísticas para o *in-degree* (Hanneman & Riddle, 2005). Marteleto (2001) refere que um indivíduo é central em relação à informação, quando, devido ao seu posicionamento, recebe informações vindas da maior parte do ambiente da rede, o que o torna uma fonte estratégica.

Ao analisarmos os dados da nossa rede verificamos que todos os atores recebem informação, sendo que os que recebem mais informação são os blogues **3** e **13** com 22 ligações (9,375%). Entre 6 a 10 ligações *in-degree* temos os blogues **9, 12, 14, 24, 27** (15,625%), 14 blogues (**1, 4, 7, 15, 17, 18, 19, 22, 23, 26, 29, 30, 31, 32**) (43,375%) recebem entre 11 a 15 ligações, 8 dos blogues (**5, 8, 10, 16, 20, 21, 25, 28**) (25%) são recetores de 16 e 20 ligações. Os que recebem menos são os blogues **2, 6** e **11** (9,375%) com cinco ligações, pelo que no grafo (Figura 2) são representados na periferia.

No entanto, o blogue **2** não ocupa um lugar tão periférico pelo facto de ter um *outdegree* de dez (10), estabelecendo por isso ligações com outros atores. Estes atores são designados pelos autores como *outsiders* ou *marginais*, que tentam ser influentes mas sem intenção. A informação importante chega mesmo aos que têm poucas ligações, mas quando é importante ter acesso à informação conseguem-na saber através das poucas ligações que recebem. Refira-se que, em ambos os casos (**6** e **11**), os blogues que se ligam aos mesmos têm um número elevado de ligações *in* e *out degree* (Quadro 3).

Face ao exposto, podemos afirmar tratar-se de uma rede bastante equilibrada com um valor médio de *in-degree* e *out-degree* igual (13,563). Os atores comunicam entre eles de forma muito idêntica, com diferenças pouco significativas (desvio-padrão de 7,933 para o *out-degree* e 4,394 para o *in-degree*). Todavia, quando alguma informação quer ser passada, recorre-se aos mais influentes (**3, 13** e **21**).

Se analisarmos também as ligações *out-degree* e *in-degree* dos blogues **28** e **32**, de natureza grupal, em que o **28** é constituído por diversas mulheres com cancro da mama, sendo uma também autora de um outro blogue que integra a rede (blogue **22**), e o **32** constituído por um grupo de teatro, onde algumas das mulheres autoras de alguns dos blogues fazem teatro, verifica-se um potencial de influência baixo na rede de ambos. Contudo, e apesar de não se ligarem ou ligarem pouco, ligam-se com os mesmos 13 blogues (40,625%) no caso do blogue **32**, e **17** blogues (53,125%), no caso do blogue **28**. Por estes motivos, graficamente o blogue **28** é menos periférico que o **32** (Figura 2). Verificamos, então, que mais de 40% dos sujeitos que integram a rede estão ligados aos blogues de natureza grupal.

Nível	Blogue	Total de Ligações <i>In-Degree</i>	% de blogues da Rede		
II	3	22	6,25		
	13				
	5				
	8				
	10				
III	16	≥16 e ≤20	25		
	20				
	21				
IV	25				
	28				
I	1			≥11 e ≤15	43,75
II	4				
	7				
III	15				
	17				
	18				
	19				
IV	22				
	23				
	26				
V	29				
	30				
VI	31				
	32				
II	9	≥6 e ≤10	15,625		
	2				
III	14				
IV	24				
	27				
II	2			5	9,375
	6				
	11				

Quadro 3 – Total de ligações *in-degree*

O **coeficiente de variação** para o *outdegree* é de 58,49% e para o *in-degree* é de 32,40%, o que significa que se trata de um grupo homogêneo em vez de proeminente (Hanneman & Riddle, 2005).

Os dados recolhidos através do método de bola de neve têm uma estrutura de dados que é constituída por um conjunto de redes. Sendo os atores de cada rede pessoas diferentes, há a necessidade de tratar as redes como separadas, através

das matrizes ator por ator como conjunto de dados diferentes. Se pretendemos compreender a variação no comportamento dos indivíduos, precisamos de ter um olhar mais próximo nas suas circunstâncias locais. Descrever e relacionar a variação entre os indivíduos na forma como está integrado nas estruturas sociais locais é objetivo da análise das **egoredes** (Hanneman & Riddle, 2005). Ao analisarmos *as medidas de densidade da egorede*, verificamos que o tamanho das egoredes varia entre 5 dos blogues **6** e **11** (já identificados anteriormente como periféricos), 28 do blogue **3** e 27 dos blogues 13 e 21 que, como vimos, assumem uma posição de dominância (Quadro 4).

De modo a selecionar os atores a incluir na fase seguinte, tomámos também como referência a dimensão da rede pessoal, considerando-se assim quem tem a maior rede, ou seja, quem tem egorede superior a 20: os blogues **3, 5, 7, 8, 10, 13, 15, 20** e **21**. Estes são os blogues mais fortes na rede.

Os três blogues com o número de laços mais elevado são o **blogue 3**, com 362 laços (egorede de 28 blogues), seguido do **blogue 21** (egorede de 27 blogues), com 350 laços e do **blogue 13** (egorede de 27 blogues), com 328 laços.

Quanto mais sujeitos integrarem a egorede, maior a possibilidade de pares. Sendo o **blogue 3**, o que tem maior número de sujeitos (28), será também aquele que tem maior possibilidade de ter maior número de pares ($28^2 - 28 = 756$). O cálculo do número de pares é imprescindível para o cálculo da **densidade da egorede**, que se relaciona com o conceito de **capital social** (Bourdieu, 1980; Coleman, 1988; Putnam, 1993).

Sobre a **densidade da egorede** aprez destacar o valor mais elevado do **blogue 24**, com 91,11%, quando tem apenas 10 blogues na sua egorede, com 82 laços em 90 pares possíveis. Apesar de ter apenas 10 ligações *in-degree* e zero *out-degree*, está conectado com os atores mais centrais na rede, tendo acesso à informação através dos blogues **3, 4, 7, 8, 13, 15, 17, 19, 21** e **27**. Trata-se do blogue com maior *capital social*, pois vai receber muita solidariedade, muito apoio de quem estabelece ligações consigo. O mesmo se passa com os blogues **31, 18, 32** e **6**, com densidades superiores a 80, tendo redes com tamanhos que variam entre 5 e 13.

Os **blogues 3** e **13**, apesar de terem as maiores egoredes com 28 e 27 sujeitos, 362 e 328 ligações, 756 e 702 pares possíveis respetivamente, contam apenas com densidades de 47,88% e 46,72%, o que significa que têm um *capital social* baixo, com pouca possibilidade de entreatajuda, dando mais do que recebem.

Nível	Blogue	Tamanho da Egorede	Nº de Laços	Nº de Pares	Densidade
II	3	28	362	756	47,88
	13	27	328	702	46,72
III	21		350		49,86
II	7	25	317	600	52,83
	10	24	307	552	55,62
	5	21	233	420	55,48
	8		217		51,67
III	15		247		58,81
	20		257		61,19
II	4	19	180	342	52,63
IV	28		219		64,04
V	30		231		67,51
III	17	18	154	306	50,33
I	1	17	144	272	52,94
III	16		214		78,68
IV	22		207		76,10
	23		174		63,97
	25		207		76,10
	26		193		70,96
	27		165		60,66
V	29	16	165	240	68,75
III	19	13	111	156	71,15
VI	31		138		88,46
	32		132		84,62
II	12	12	66	132	50
III	14		99		75
II	2	11	44	110	40
III	18		97		88,18
II	9	10	43	90	47,78
IV	24		82		91,11
II	6	5	16	20	80
	11		10		50

Quadro 4 – Tamanho de Rede, Nº de Laços, Nº de Pares e Densidade das Egoredes

Ao considerarmos o **número de componentes fracos**, verifica-se que não há ninguém isolado na rede, pois todos os blogues têm apenas uma ligação fraca, sendo que todas as outras são ligações fortes por terem reciprocidade entre si.

Nesta análise destacamos ainda os **blogues 18 e 24** que, apesar de terem redes com apenas 11 e 10 blogues, respetivamente, têm densidades elevadas (88,18% e 91,11%), não têm laços fracos, têm grande facilidade de acesso aos outros nós (100,00%), sem necessitar de recorrer a intermediários para aceder à informação, o que significa grande proximidade em relação aos restantes elementos da rede, pelo que consideramos incluí-los na fase seguinte. Esta proximidade pode ser mais facilmente visualizada nos grafos resultantes de cada uma das egoredes (Figura 4).

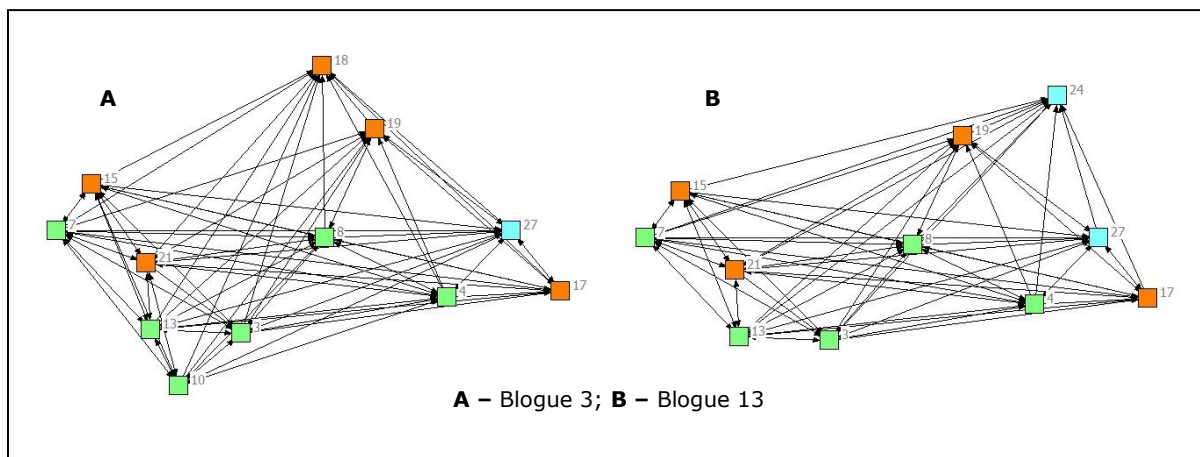


Figura 4 – Grafos das egoredes dos Blogues 3 e 13

Os atores estão também incorporados em *unidades sociais categóricas ou sub-populações*, definidos ou por atributos comuns ou por participação compartilhada. A divisão dos atores em grupos e sub-estruturas pode ser um aspeto muito importante na estrutura social, para compreender como se comporta a rede num todo. Olhando para toda a rede, pode-se pensar nas sub-estruturas como áreas do grafo que parecem ser localmente densas, mas separadas, de alguma forma, do resto do grafo (Hanneman & Riddle, 2005).

Nos nossos dados, encontramos 53 sub-grafos máximos completos. Temos o mínimo de 3 blogues por clique, o máximo de 10 blogues por clique, a moda de 6 blogues, com uma média de 5,943 e desvio-padrão de 1,517. O maior *clique* é composto por 10 dos 32 blogues (**3, 13, 16, 20, 22, 25, 26, 29, 30, 31**), e 5 dos mais pequenos são compostos por 3 blogues, sendo que nem todos os cliques têm alguma sobreposição com o maior. No entanto, se analisarmos os *cliques* com maior número de blogues, ou seja, com 8, 9 e 10 blogues, verificamos que há uma sobreposição dos mesmos, sendo que há blogues comuns em todos eles, e o **13**

está em todos eles. Os blogues **3, 20, 25, 29** e **31** estão em 4 dos 5 *cliques* com mais blogues (Quadro 5).

Cliques	Nº dos Blogues										Total Blogues
1	3	4	7	8	13	15	17	27	----	----	8
11	3	13	16	20	22	25	26	29	30	31	10
13	3	10	13	16	20	25	29	31	----	----	8
25	13	16	20	21	22	25	29	30	31	----	9
31	10	13	16	20	21	25	29	31	----	----	8

Quadro 5 – Distribuição dos Blogues pelos Cliques com 8 ou mais blogues

Neste sentido, podemos afirmar que entre os maiores cliques que surgem na nossa rede, os blogues que estão mais proximamente e intimamente ligados uns com os outros são os **13, 3, 20, 25, 29** e **31**.

De acordo com o *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix*, os blogues **3** e **13** estão *juntos* e considerados próximos por partilharem membros em 24 dos 53 *cliques*. Analisando os diversos níveis, constata-se que surgem, em termos de proximidade, por partilha dos mesmos elementos dos cliques, quatro grupos, cada um constituído pelos seguintes blogues:

- A.** 3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29 e 31;
- B.** 4, 7, 8 e 27;
- C.** 5, 15 e 22;
- D.** 1 e 12 (Quadro 6).

NÍVEL	Nº dos Blogues que partilham membros dos cliques			
24,000	3, 13			
18,333	3,13,16			
12,533	3,13, 16, 25			
10,857	3,10, 13,16, 25			
9,381	3, 10, 13, 16, 21, 25			
9,000	3, 10, 13, 16, 21, 25	7, 8		
8,143	3, 10, 13, 16, 21, 25, 29	7, 8		
6,471	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29	7, 8		
6,000	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29	7, 8	15, 22	
5,667	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29	4, 7, 8	15, 22	
4,333	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29	4, 7, 8	5, 15, 22	
4,011	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29, 31	4, 7, 8	5, 15, 22	
4,000	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29, 31	4, 7, 8	5, 15, 22	1, 12
3,500	3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29, 31	4, 7, 8, 27	5, 15, 22	1, 12
GRUPO	A	B	C	D

Quadro 6 – Blogues que partilham membros dos cliques de acordo com o Nível determinado através do *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix*

O primeiro grupo, constituído por nove blogues (**3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29, 31**), além de ser o maior, é também aquele que integra os blogues com maior dominância na rede. Além disso, define-se de forma mais precoce em relação à partilha de membros entre os 53 cliques identificados (Quadro 6).

Ao examinarmos os 4 grupos emergentes da *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix*, verificamos que cada grupo emergente, tem datas de escrita do primeiro *post* muito semelhantes, o Grupo A tem os seus blogues a serem constituídos maioritariamente em 2007, o B em 2008 e 2009, o C e o D em 2008. De referir que o *blogue* pioneiro é o 16, em 2006, e o mais recente em 2009, é o *blogue* 27. Destaque-se também os blogues 13, 16 e 21 do Grupo A, bem como os blogues 15 e 22 do Grupo C, que integraram o Grupo de Teatro do *Blogue* 32 (Quadro 7).

Grupo	Blogue	Início dos Posts	Grupo de Teatro
A	3	5/5/2008	Não
	10	15/2/2007	Não
	13	5/8/2007	SIM
	16	19/2/2006	SIM
	20	30/5/2007	Não
	21	27/12/2007	SIM
	25	31/7/2007	Não
	29	22/5/2007	Não
	31	23/10/2007	Não
B	4	2/3/2008	Não
	7	28/4/2008	Não
	8	1/1/2009	Não
	27	14/3/2009	Não
C	5	2/8/2008	SIM
	15	14/6/2008	Não
	22	9/4/2008	SIM
D	1	9/2/2008	Não
	12	21/8/2008	Não

Quadro 7 – Grupos emergentes do *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix*

Se voltarmos a centrar-nos nos *cliques*, destacam-se 3 cliques que nos parecem merecer particular destaque à luz dos blogues identificados como tendo por detrás pessoas que integraram o grupo de teatro (**5, 13, 16, 21 e 22**). Além destes, surgem os blogues **25 e 30**, no clique 27; os blogues **8 e 15**, no clique 29. O clique 30 não inclui o blogue **5** (que nem sempre esteve no grupo de teatro), mas inclui o blogue **20**. Esta análise vem reforçar a importância dos blogues **5, 13, 16, 21 e 22** na rede (Quadro 8).

Cliques	Nº dos Blogues							Total Blogues
	5	13	16	21	22	25	30	
27	5	13	16	21	22	25	30	7
29	5	8	13	15	16	21	22	7
30	13	15	16	20	21	22		6

Quadro 8 – Distribuição dos Blogues pelos Cliques que incluem os blogues das pessoas que integram o Grupo de Teatro *Quem não tem Cão* (blogue 32)

Ao analisarmos a *Actor-by-Actor Clique Co-Membership Matrix*, verificamos que os **blogues 6, 11, 18, 24 e 32** não se encontram em nenhum dos 53 *cliques* encontrados, o que se poderá explicar pelo facto destes blogues terem apenas ligações *in-degree* e não terem ligações *out-degree*. Esta definição de *clique*

pressupõe que todos os outros membros ou um sub-grupo tenha ligação direta com os outros membros (Figura 5).

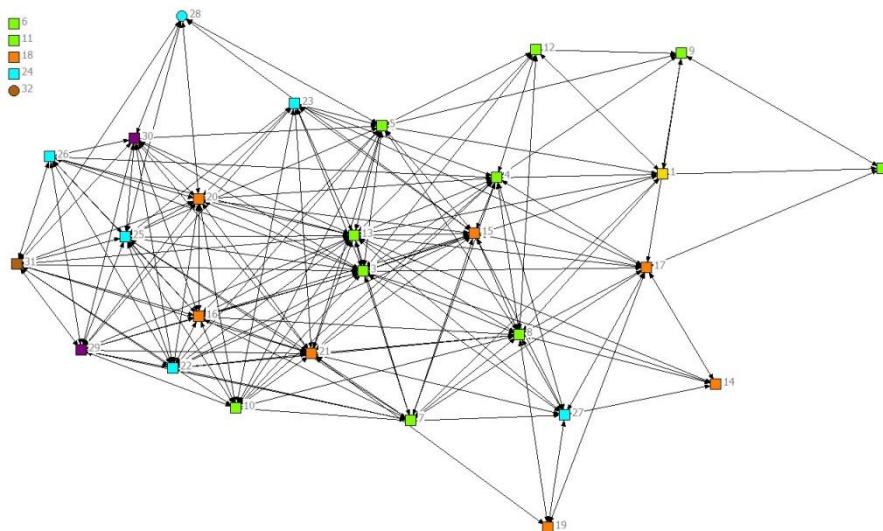


Figura 5 – Grafo representativo do *Actor by Actor Clique Co-Membership Matrix*

CONCLUSÕES

Ao optarmos pela Análise de Redes Sociais, a mesma não seria possível sem a *delimitação prática do número de atores do sistema em análise* (Soczka, 2005: 84). A rede foi determinada de acordo com o método de amostragem não probabilística, intencional, em bola de neve (Trochim, 2006), sendo constituída por 32 blogues (30 individuais e 2 de grupo).

Os blogues oferecem benefícios substantivos para a investigação social, dando oportunidades semelhantes mas mais alargadas do que a investigação qualitativa diária *offline* paralela. Aos investigadores é permitido superar questões de encontrar e aceder a diários pessoais não solicitados, não estando *contaminados* pelo interesse do investigador (Hookway, 2008), permitindo também aceder a populações que, de outra forma, estariam geograficamente ou socialmente inacessíveis ao investigador (Ahern, 2005; Cotton, 2003; Hookway, 2008).

As relações entre os sujeitos na comunicação através dos blogues não são aleatórias, pois os laços sociais são estabelecidos sob aspetos muito específicos dos interesses comuns de cada nó (Recuero, 2004), sendo que, no presente estudo o interesse comum é a vivência da doença oncológica.

Com base na presente análise estrutural, que teve como objetivos identificar as pessoas (que integram os blogues) mais ativas na rede e identificar as pessoas

(que integram os blogues) dominantes na rede, verificou-se que estamos perante uma rede com uma boa **densidade** (0,438). A informação difunde-se com facilidade entre os nós, cujos atores têm altos níveis de *capital social* (Hanneman & Riddle, 2005). Sendo uma rede cujas ligações têm uma boa **reciprocidade híbrida** (0,674), há um grau considerável de conexões horizontais, tratando-se de uma rede *mais igual* ou *estável*, com predominância de laços recíprocos (Hanneman & Riddle, 2005).

Todos os blogues têm acesso uns aos outros, à exceção dos blogues **6, 11, 18, 24** e **32** sem ligações *out-degree*, o que pode sugerir uma divisão da rede ou a composição da rede por mais de uma sub-população (Hanneman & Riddle, 2005).

A **análise baseada nas medidas básicas da centralidade** desenvolvidas por Freeman, ao considerarmos o *out-degree* que dá o *como influente* o ator pode ser (Hanneman & Riddle, 2005), leva-nos a afirmar que os **blogues 3, 7, 13, 15 e 21** têm um grande potencial de influência na rede, ao contrário dos que não apresentam ligações *out-degree* (**6, 11, 18, 24 e 32**). Os restantes 22 blogues têm um potencial de influência médio, pelo que a comunicação é realizada de forma facilitada. Quanto às ligações *in-degree*, diz-nos que são os **blogues 3 e 13** com estas características. Com menos ligações *in-degree* surgem os **blogues 2, 6 e 11** com cinco ligações, sendo por isso considerados periféricos. Destes, o **blogue 2** é o menos periférico por ter um *out-degree* de 10; o **6** e o **11** ligam-se a blogues com elevado número de ligações *in* e *out-degree*. De referir também que mais de 40% dos blogues que integram a rede se ligam aos dois blogues de natureza grupal – **28** e **32** – em que o primeiro tem apenas oito ligações *out-degree* e o segundo não tem nenhuma. Os **valores do coeficiente de variação** de 58,49% para o *out-degree* e de 32,40% para o *in-degree* leva-nos a reafirmar a homogeneidade desta rede (Hanneman & Riddle, 2005).

Os **blogues 3, 13 e 21** surgem novamente com posição de dominância quando centramos a análise no **tamanho**, no **número de laços** e de **pares** da sua **egorede**. Ao considerarmos os blogues mais fortes na rede, os que têm uma egorede superior a 20 blogues, surgem além destes, os **blogues 5, 7, 8, 10, 15 e 20**. No entanto, apesar do elevado número de ligações, os **blogues 3 e 13** têm um *capital social* mais baixo, por apresentarem uma *densidade* inferior a 50%. Já os blogues **6, 18, 24, 31 e 32**, que contam apenas com o máximo de treze blogues na sua egorede, contam com uma densidade superior a 80%, por estarem conectados com os atores mais centrais na rede.

Os blogues **18** e **24** com egoredes de 11 e 10 blogues, todavia com densidades elevadas (> 88%) não necessitam de intermediários para o acesso à rede, tendo grande proximidade com os elementos da sua egorede.

Quando nos centramos nos cliques, ou no número máximo de atores que têm todas as ligações presentes entre eles próprios (Hanneman & Riddle, 2005), destacam-se os **blogues 3, 13, 20, 25, 29 e 31**.

Dos blogues que integram os quatro grupos emergentes da Hierarchical Clustering of Overlap Matrix (HCOM), destaca-se o grupo A, formado mais precocemente e constituído por alguns dos blogues mais dominantes da rede (**3, 10, 13, 16, 20, 21, 25, 29, 31**). No entanto, ao procurarmos fazer a relação da constituição destes sub-grupos com o início dos *posts* e a pertença ou não ao Grupo de Teatro *Quem não tem Cão* (Blogue 32), vemos que o grupo A e C integram elementos deste Grupo, com os **blogues 13, 16, 21, 5 e 22**. Ao voltarmos aos cliques, encontramos 3 que integram quase todos estes blogues, o que reforça a importância destes blogues na rede.

Após a exploração, e de acordo com os objetivos da análise, foram escolhidos os seguintes critérios para selecionar os blogues mais dominantes:

- maior egorede;
- maior *in* e *out-degree*;
- dominância;
- maior densidade;
- cliques e N-cliques e,
- *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix*.

Não escolhemos exclusivamente a dominância (dominância, *in* e *out-degree*) porque esta nos daria seis blogues (**3, 10, 13, 20, 21 e 28**). Os restantes critérios (maior egorede, maior densidade, cliques, N-cliques e Hierarchical Clustering Overlap Matrix) foram agregados, tendo sido considerados por terem maior posição para a difusão/receção de informação. Ao associarmos os critérios, além da dominância, teremos um grupo mais consistente, coeso, com mais relações, que irá contribuir para atingir os objetivos, não só da fase, mas do trabalho.

Face ao exposto, detalhado para uma melhor compreensão, a análise estrutural da rede social do presente estudo, indicou-nos como as pessoas mais ativas e dominantes, os membros participantes dos blogues:

- **3 e 13**, por terem as maiores egoredes, o maior número de ligações *in* e *out-degree* e maior proximidade dos outros blogues quando centramos a análise nos cliques. O **blogue 13** revelou-se ainda útil no que diz respeito à *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix* e cliques, integrando também o Grupo de Teatro *Quem não tem cão*, do blogue 32;
- **5, 8, 19** por estarem entre os blogues com maior egorede. O **blogue 5** teve um período de envolvimento no Grupo de Teatro já mencionado, pelo que o considerámos como importante na rede;
- **7**, por ter dos maiores números de ligações *out-degree* e estar entre os que têm maior egorede;
- **10, 20** por terem uma posição de dominância e estarem entre os blogues que têm maior egorede. Ao analisarmos os cliques, o **blogue 20** evidenciou também maior proximidade;
- **15**, por estar entre os blogues com maior número de ligações *out-degree* e com maior egorede;
- **16 e 22**, que apesar de não estarem entre os blogues com maior número de ligações *in* e *out-degree*, têm valores médios, que tem como consequência estar entre os blogues que não se destacam como casos ricos de informação, exceto em relação a *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix* e cliques. Acresce ainda o facto das pessoas que estão por trás destes blogues serem elementos-chave no Grupo de Teatro *Quem não tem cão*, do **blogue 32**. Refira-se ainda que entre os cliques que incluem os blogues das pessoas que integram este grupo, o **blogue 16** foi pioneiro no início dos *posts*;
- **18 e 24**, por terem as densidades mais elevadas da rede;
- **21**, por ter elevado número de ligações *out-degree*, e se ter revelado importante no cruzamento da informação da *Hierarchical Clustering of Overlap Matrix* e cliques, integrando também o Grupo de Teatro *E quem não tem cão*.
- **28**, por ser um blogue de natureza grupal por ter dos valores mais elevados de ligações *in-degree* e ter uma densidade superior a 50%;
- **31**, por estar entre os blogues com densidades mais elevadas da rede, entre os blogues com um número considerável de ligações *in* e *out-degree*, com maior proximidade quando nos referimos aos cliques;

- **32**, por ser um blogue de natureza grupal, que apesar de não ter ligações *out-degree* tem um número considerável de ligações *in-degree* e estar entre os blogues com densidade mais elevada (Quadro 9).

Apesar de ter uma densidade de rede elevada e de ter mais de cem ligações entre os blogues identificados, o **blogue 6** fica excluído por ter uma egorede de cinco, zero ligações *out-degree* e encontrar-se na periferia extrema.

Neste sentido, para a fase seguinte do trabalho, escolhemos os blogues **3, 5, 7, 8, 10, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 28, 31** e **32**, que perfaz o total de 17 blogues entre os 32 da rede.

Nível	Nº do Blogue	Total de Ligações nos blogues identificados	Ligações out-degree na rede	Ligações in-degree na rede	Tamanho Egorede	Densidade	Caminho na rede	Brokerage	Cliques	HCOM, Cliques, 1ºs Posts e Teatro	N-Clique e N-Clan
I	1										
II	2	< 30	10	5							
	3	>100	27	22	28	< 50		> 100	> proximidade		
	4										
	5				21					Importante	
	6	>100	0	5	5	>80	>	< 10		Periférico	Excluído N-clique e N-clan
	7				25			>100			
	8				21			>100			
	9										
	10				24			>100			
	11	0	0	5	5			< 10		Periférico	
	12	< 30									
	13	>100	27	22	27	< 50		>100	> proximidade	Importante	
	III	14									
15			21		21						
16							>			Importante	Excluído N-clique
17											
18		0	0			> 80	<	< 10		Periférico	
19		< 30			21						
20					27		>		> proximidade		Excluído N-clique
21			27				>100		Importante		
IV	22						>			Importante	Excluído N-clique
	23										
	24	0	0	10	10	91,11	<	< 10		Periférico	
	25						>		> proximidade		Excluído N-clique
	26										
	27	>100									
V	28	< 30	8	17		64,04					
	29								> proximidade		
VI	30										
	31	< 30	12	13		> 80	>	< 10	> proximidade		Excluído N-clique
	32	0	0	13		>80	>			Periférico	Excluído N-clique

Quadro 9 – Síntese dos resultados mais relevantes da Análise Estrutural da Rede

O cruzamento dos vários aspetos considerados na nossa análise estrutural permitiu verificarmos que nem sempre os que possuem mais conexões são os mais dominantes na rede, pois tal como refere Recuero (2004) o mecanismo de “ricos mais ricos” falha na formação de grupos sociais na Internet, pois as conexões surgem por motivos específicos e não simplesmente porque possuem mais ligações. A autora acrescenta ainda que o mecanismo pode funcionar no sentido de “fama”, mas não necessariamente de número de conexões.

A Análise da Rede Social deu-nos indicação de quais as pessoas (que integram os blogues) mais ativas na rede e as pessoas (que integram os blogues) dominantes na rede. E é a partir destes resultados que continuaremos a trabalhar para identificar o processo de construção da rede de ajuda mútua das pessoas com doença oncológica que têm blogue.

Considerando que estas duas etapas, como descritas, configuram uma abordagem inovadora no recurso aos blogues como fontes de dados, objetivam igualmente uma rigorosa e fundamentada seleção de amostra.

Bibliografia

AHERN, N. (2005) *Using the Internet to conduct research*. Nurse Researcher, 13, 2, p. 55 – 70.

ASHING-GIWA, K., PADILLA, G., BOHÓRQUEZ, D., TEJERO, J., & GARCIA, M. (2006). *Understanding the breast cancer experience of Latina women*. Journal Of Psychosocial Oncology, 24(3), 19-52.

BALTAZAR, N. (2009) *Weblogues. Potencialidades e problemáticas na sua utilização no ensino*. [Documento WWW] URL

http://www.intermidias.com/txt/ed56/Comunicacao_Educacao_Weblogues_Baltazar_2.pdf

BARROSO, S. (2007) *A pessoa com cancro*. Coleção “Conhecer para vencer”. Vol. 2. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Oncologia.

BERGER, J. M. (1985). *Crisis intervention: A drop-in support group for cancer patients and their families*. Social Work in Health Care, 10, p. 81–92.

BORDIEU, P. (1980) *Le capital social: notes provisoires*. Actes de la recherche en sciences sociales, 31, p. 2 – 3.

- BORGATTI, S.P. (2002) *Netdraw Network Visualization*. Analytic Technologies: Harvard, MA.
- BORGATTI, S.P., EVERETT, M.G.; FREEMAN, L.C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- BURT, R. S. (1995) *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- CAÑAMERAS, Jaime Llopis (2011) *Corazones de Papel: Patrones de Cambio en las familias con niños con cardiopatías congénitas*. Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Filosofia i Lletres, Departament d'Antropologia social i cultural, tesis doctoral.
- CANAVILHAS, J. (2006) *Blogues Políticos em Portugal: o dispositivo criou novos actores?* [Documento WWW] URL http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/06/canavilhas_bloguespoliticosportugal.pdf
- CAPRA, F. (2003) *As Conexões Ocultas*. São Paulo: Idesa. [Documento WWW] URL http://www.abepro.org.br/arquivos/websites/1/AA_Conex%C3%B5es_Ocultas.pdf
- CARVALHO, T. (2007) *Aprender sobre o cancro*. Coleção "Conhecer para vencer". Vol. 1. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Oncologia.
- COLEMAN, J. (1988) *Social Capital in the Creation of Human Capital*. American Journal of Sociology, 94, p. 95 – 120.
- CONNELL, S., PATTERSON, C.; NEWMAN, B. (2006). *Issues and concerns of young Australian women with breast cancer*. Supportive Care In Cancer: Official Journal Of The Multinational Association Of Supportive Care In Cancer, 14(5), 419-426.
- COTTON, A. (2003) *The discursive field of Web-Based health Research. Implications for Nursing Research in Cyberspace*. Advances in Nursing Science, Vol. 26, Nº4, p. 307 – 319.
- DAMÁSIO, C. S. S. P. (2009) "*Blogue*": uma nova forma de ajuda mútua da pessoa com doença oncológica. Trabalho realizado para candidatura ao concurso de provas públicas para recrutamento de dois lugares para professor-adjunto, para a área científica de Ciências de Enfermagem da Escola Superior de Saúde, do Instituto Politécnico de Leiria, conforme o Edital nº 540/2009, publicado no Diário da República, 2ª Série, Nº 102, de 27 de Maio, páginas 21219 e 21220. Documento policopiado.

DAN LI, B. A. (2005) *Why do you blog: a uses-and-gratification inquiry into bloggers' motivations*. Thesis submitted to the Faculty of the Graduate School, Marquette University, in Partial Requirements for the Degree of Master of Arts. [Documento WWW] URL

http://commonsenseblog.typepad.com/common_sense/files/Li_Dan_Aug_2005.pdf

DECRETO-LEI Nº 244/2002. D.R. I Série A. 255 (2002-11-05) 7101 – 7103.

DEGENNE, A.; FORSÉ, M. (1994) *Les réseaux sociaux: une analyse structurale en sociologie*. Paris: Armand Colin.

DETERS, G. (2003) *Cancro*. In: PHIPPS, W.; SANDS, J.; MAREK, J. (2003) *Enfermagem Médico-Cirúrgica. Conceitos e Prática Clínica*. 6ª Ed. Vol. 1. Loures: Lusociência, p. 287 – 361.

FRANK, O. (1978) *Sampling and Estimation in Large Networks*. Social Networks, 1.

GAUTHIER, B. (2003). *Investigação social - Da problemática à colheita de dados* (3ª Ed.). Loures: Lusociência.

GIDDENS, A. (2007) *Sociologia*. 5ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

GURAK, L.; SMIJANA, A. (2008) *The psychology of Blogging. You, Me and Everyone in Between*. American Behavioral Scientist, (52) 1, p. 60 – 68.

HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. (2005) *Introduction to social network methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside.

HOKWAY, N. (2008) "Entering the blogosphere": some strategies for using blogs in social research. Qualitative Research, (8) 1, p. 91 – 113.

HUMPHREYS, K. (2004) *Circles of Recovery: Self-Help Organizations dor Addictions*. UK: Cambridge University Press.

IM, E. O.; CHEE, W.; TSAI, H. M.; LIN, L.C.; CHENG, C. Y. (2005) *Internet Cancer Support Groups. A Feminist Analysis*. Cancer Nursing, 28 (1), p. 1 – 7.

KELLY, J. F.; YETERIAN, J.D. (2008) *Mutual help groups for dually diagnosed individuals: Rationale description, and review of the evidence*. Journal of Groups in Addiction and Recovery, 3 (3), p. 217 – 242.

KLAW, E.; HUEBSCH, P. D.; HUMPHREYS, K. (2000) *Communication Patterns in an on-line Mutual Help Group for Problem Drinkers*. Journal of Community Psychology, Vol. 28, Nr 5, pp. 535 – 546.

LEMIEUX, V.; OUIOMET, M. (2006) *Análise Estrutural das Redes Sociais*. Lisboa: Instituto Piaget.

- LEVINE, M.; PERKINS, D. (1987). *Principles of Community Psychology - Perspectives and Applications*. New Jersey: Oxford University Press.
- LESSARD-HERBERT, M.; GOYETTE, G.; BOUTIN, G. (1994) *Investigação Qualitativa: Fundamentos e Práticas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- LIPNACK, J.; STAMPS, J. (1992) *Networks, redes de conexão. Pessoas conectando-se com pessoas*. São Paulo: Aquarela.
- MARTELETO, R. (2001) *Análise de Redes Sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação*. Ci. Inf., Brasília, V. 30, Nº1, p. 71 - 81, jan./abr. 2001.
- MAYA JARIEGO, I. (2001) *Psycho-social aspects in an on-line self-help group pf Alzheimer's patients and caregivers*. In: F. Casas y Saurina, C. (Eds.): *Proceedings of the Third Conference of the International Society for Quality of Life Studies*. Pp. 923 - 936.
- MILLIKEN, P.J.; SCHREIBER, R. S. (2001) *Can You "Do" Grounded Theory Without Symbolic Interacionism?*. In: SCHREIBER, R.S.; STERN, P. N. (eds) (2001) *Using Grounded Theory in Nursing*. New York (USA): Springer Publishing Company, p. 177 - 190
- MOLINA, J.L. (2011) *Los cambios culturales provocados por el software social*. Cuadernos de La Fundación General CSIC, Nº 7, Diciembre 2011, pp. 64 - 69.
- MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana Maria (2010) *Implicações de redes temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS): estudo de caso de blogs sobre autism e syndrome de Asperger*. Interface, Comunicação e Saúde, 14 (35), Dezembro 2010, p. 921 - 931. [Documento WWW] URL <http://www.scielo.br/pdf/icse/2010nahead/aop1810.pdf>
- ONCOGUIA (2009, 21 de Maio) *Artigo Especial Oncoguia: Terapia do Blog*. [Documento WWW] URL <http://www.oncoguia.com.br/site/interna.php?cat=57&id=1415&menu=54>
- PAIS, F. (2004) *O impacto da doença oncológica no doente e família*. In: BILRO, M.E.; CRUZ, A. G. (coord.) (2004) *Enfermagem Oncológica*. 1ª Ed. Coimbra: Formasau, p. 23 - 38.
- PASSERINO, L. M.; MONTARDO, S. P.; BENKENSTEIN, A. (2007) *Análise de Redes Sociais em Blogs de Pessoas com Necessidades Especiais*. Novas Tecnologias na Educação, V. 5, Nº 2, Dez. 2007., p. 1 - 11.

- PATTON, M. Q. (2002) *Qualitative Research & Evaluations Methods*. (3rd Ed.). USA: Sage Publications.
- PIRES, M. (2006) *Pequeno Dossier sobre o conceito de blog*. [Documento WWW] URL <http://nunoquintaneiomartins.blogspot.com/2006/01/pequeno-dossier-sobre-o-conceito-de.html>
- PRIMO, A. F.T.; RECUERO, R. C. (2003) *Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia*. Revista da FAMECOS, Nº 23, p. 54 – 63, Dez. 2003.
- PUTNAM, R. (1993) *The Prosperous Community: Social Capital and Economic Growth*. Current, 356, p. 4 – 6.
- RECUERO, R. C. (2004) *Redes sociais na Internet: Considerações Iniciais*. [Documento WWW] URL <http://bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf>
- RECUERO, Raquel da Cunha (2005) *Comunidades virtuais em redes sociais: uma proposta de estudo*. Trabalho apresentado no Seminário Internacional da PUC/RS, em novembro de 2005, Porto Alegre/RS. Trabalho publicado na Ecompos, Internet, v. 4, n. Dez 2005. [Documento WWW] URL <http://www.raquelrecuero.com/seminario2005.pdf>
- RECUERO, Raquel (2012) *A conversação como apropriação na comunicação mediada por computador*. In: Dulcilia Schroeder Buitoni, Roberto Chiachiri. (Org.). *Comunicação, Cultura de Rede e Jornalismo*. 1ed.Sao Paulo: Almedina, 2012, v. 1, p. 259-274. [versão rascunho/draft] [Documento WWW] URL <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/raquelrecueroLivroCasper.pdf>
- RECUERO, Raquel (2014) *Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalabocaDilma*. [versão preprint] (publicada com a autorização da revista) - Revista Fronteiras (Online), v. 16, p. 1, 2014. [Documento WWW] URL <http://www.raquelrecuero.com/fronteirasrecuero2014.pdf>
- REYNAERT, C.; LIBERT, Y.; JANNE, P. (2000) *Psychogenèse du cancer; entre mythes, abus et réalité*. Bull Cancer, 87, p. 655 – 664.
- RODRIGUES, A.; ALBUQUERQUE, C.H.L.; BENTO, C.A.C.; VIEIRA, J.M.A. & SILVA, J.G.A.O.B. (2004) *Grounded Theory: "Problemas de Alicerçagem"*.

- | | | |
|-----------|------|-----|
| Documento | WWW] | URL |
|-----------|------|-----|
- http://arodrigues.alfarod.net/docs/articles/2004_GroundedTheory.pdf
- RODRIGUES, C. (2004) *Blogs: uma Ágora na Net*. [Documento WWW] URL <http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/04/rodrigues-catarina-blogs-agora-na-net.pdf>
- SAMPAIO, J. (2007) *Prefácio*. Lisboa. In: COELHO, J.D. (2007) *Sociedade da Informação – O Percurso Português – Dez Anos de Sociedade da Informação – Análise e Perspectivas*. 1ª Edição. Lisboa: Edições Silabo.
- SANTOS, C. (2006) *Doença Oncológica. Representação, coping e qualidade de vida*. Coimbra: Formasau, EsenfSJ.
- SCHREIBER, R. S. (2001) *The "How To" of Grounded Theory: Avoiding the Pitfalls*. In: SCHREIBER, R.S.; STERN, P. N. (eds) (2001) *Using Grounded Theory in Nursing*. New York (USA): Springer Publishing Company, p. 55 – 83.
- SILVA, B.; FERNANDES, J.; REIS, S.; NUNES, L. (2008) *Representação Social da Profissão de Enfermagem na Blogosfera Portuguesa no Ano de 2007, na perspectiva dos Enfermeiros*. Relatório de Monografia apresentado no âmbito do Curso de Licenciatura em Enfermagem da Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico de Setúbal.
- SOCZKA, L. (2005) *Modelos de Análise de Redes Sociais e Limitações do Modelo de Equilíbrio Estrutural de Heider*. *Intereacções*, Nº 8, pp. 83 – 122.
- SPIEGEL, D. S.; BLOOM, J. R.; KRAEMER, H. C.; GOTTHEIL, E., (1989). *Effects of psychosocial treatment on survival of patients with metastatic breast cancer*. *Lancet*, 14 October, p. 888–891.
- SULLIVAN, C. (2003) *Gendered Cybersupport: A Thematic Analysis of Two Online Cancer Support Groups*. *Journal of Health Psychology*, Vol, 8 (1), p. 83–103.
- TROCHIM, W. (2006) *Research Methods. Knowledge Base*. [Documento WWW] URL <http://www.socialresearchmethods.net/kb/index.php>
- WATTS, D. (2003) *Six Degrees. The Science of a Connected Age*. New-York: W.W. Norton & Company.
- YOUSSEF, F. A. (1984). *Crisis intervention: A group-therapy approach for hospitalized breast cancer patients*. *Journal of Advanced Nursing*, 9, p. 307–313.