

**A FORÇA DOS LAÇOS: UMA ANÁLISE DAS MÍDIAS DIGITAIS DE UMA  
EMPREENDEDORA DO NORTE FLUMINENSE SOB A PERSPECTIVA DA  
TEORIA DOS LAÇOS FRACOS E FORTES DE GRANOVETTER**

THE STRENGTH OF TIES: AN ANALYSIS OF THE DIGITAL MEDIA OF AN  
ENTREPRENEUR FROM NORTH FLUMINENSE FROM THE PERSPECTIVE OF  
GRANOVETTER'S THEORY OF WEAK AND STRONG TIES

LA FUERZA DE LOS VÍNCULOS: UN ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DIGITALES DE  
UN EMPRENDEDOR NORTE FLUMINENSE DESDE LA PERSPECTIVA DE LA  
TEORÍA DE LOS VÍNCULOS FUERTES Y DÉBILES DE GRANOVETTER

*Patricia Alves Farias da Rocha<sup>1</sup>*

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo observar como a teoria dos laços do sociólogo Mark Granovetter funciona a partir da análise das redes sociais digitais. O trabalho busca compreender como esses laços se dão e qual deles se mostra mais presente nas interações sociais. Desse modo, foi realizado um estudo de caso das redes sociais Instagram e Tik Tok de uma empreendedora do Norte Fluminense. A partir de uma abordagem pela linha teórica das ciências sociais analisou a aplicação da teoria das redes de Granovetter para compreender as interações sociais e a estrutura das redes nas sociedades contemporâneas. Os principais resultados apontam para o que Granovetter discorre em suas obras, que os laços fracos se mostram mais fundamentais que os laços fortes para expansão das relações de diversos tipos. Podese observar que a teoria dos laços fracos aplicada funciona como amplificador de conexões e interações sociais.

**Palavras-chave:** teoria dos laços; redes sociais digitais; loja About; laços fracos.

**Abstract:** This article aims to observe how sociologist Mark Granovetter's theory of ties works based on the analysis of digital social networks. The work seeks to understand how these bonds are formed and which one is more present in social interactions. Thus, a case study was carried out on the social networks Instagram and Tik Tok of an entrepreneur from Norte Fluminense. From an approach along the theoretical line of social sciences, it analyzed the application of Granovetter's theory of networks to understanding social interactions and the structure of networks in contemporary societies. The main results point to what Granovetter discusses in his works, that

<sup>1</sup> Bacharel em Ciências Sociais pelo Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal Fluminense, Campos dos Goytacazes. E-mail: [patricia\\_farias@id.uff.br](mailto:patricia_farias@id.uff.br)

weak ties are more fundamental than strong ties. It can be observed that the theory of weak ties applied works as an amplifier of connections and social interactions.

**Keywords:** theory of ties; digital social networks; About Store; weak ties.

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo observar cómo funciona la teoría del vínculo del sociólogo Mark Granovetter a partir del análisis de las redes sociales digitales. El trabajo busca comprender cómo se producen estos vínculos y cuál de ellos está más presente en las interacciones sociales. De esta manera, se realizó un estudio de caso de las redes sociales Instagram y Tik Tok de un emprendedor del Norte Fluminense. Utilizando un enfoque teórico de las ciencias sociales, analizó la aplicación de la teoría de redes de Granovetter para comprender las interacciones sociales y la estructura de las redes en las sociedades contemporáneas. Los principales resultados apuntan a lo que Granovetter analiza en sus trabajos, que los lazos débiles son más fundamentales que los fuertes para expandir relaciones de diferentes tipos. Se puede observar que la teoría de los vínculos débiles aplicada funciona como amplificador de las conexiones e interacciones sociales.

**Palabras clave:** teoría del vínculo; redes sociales digitales; Tienda About; lazos débiles.

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo revisitar a teoria das redes: laços fortes e fracos de Mark Granovetter (1973;1983) e analisar como ela se aplicaria a relações e interações sociais através dos meios sociais digitais. Para que fosse possível a realização desta pesquisa, fiz o estudo de caso de uma empreendedora da cidade de Rio das Ostras, localizada no Norte Fluminense, que utiliza as redes sociais digitais Instagram e Tik Tok como ferramentas para divulgação, vendas e ampliação de seu negócio.

A metodologia escolhida foi a análise comparada das redes sociais citadas acima, que permitirá compreender e discutir a natureza das relações e interações sociais estabelecidas pela empreendedora através da internet e dessas redes sociais que possuem suas especificidades. O motivo pelo qual escolhi tais redes, se dá pelo fato de, hoje, serem as redes sociais mais utilizadas no meio social e mercadológico. Para sustentar as análises a partir das observações do campo, temos como referencial teórico Mark Granovetter, que aborda a teoria das redes: laços fracos e fortes.

Este estudo pode contribuir para as Ciências Sociais, a partir da perspectiva de que essa teoria ainda é pouco utilizada, apesar de ser um tema atual e constantemente abordado. Acredito também que possa ajudar a entender as relações sociais e de consumo que estão se estabelecendo, a circulação de bens de consumo e a liderança de opiniões (*influencers*) atualmente. Percebo pontos importantes relacionados ao funcionamento dos mercados e das relações e interações sociais, a possibilidade de uma nova perspectiva sobre as mídias digitais através da teoria das redes que será abordada ao longo do trabalho.

Procurando dar essas contribuições, o texto foi estruturado nas seguintes partes: Em primeiro lugar, compreender a teoria das redes do sociólogo Mark Granovetter, original e suas atualizações, onde foi abordado os laços fortes e fracos e como eles se estruturam na sociedade. Em segundo lugar, a teoria dos laços fracos e fortes aplicados nas redes sociais digitais e suas relações, como mecanismo facilitador dessas relações. Na terceira parte, falaremos das redes sociais Instagram e Tik Tok. Por fim, o estudo de caso das redes da loja About Clothing e aplicação da teoria dos laços de Granovetter, associadas aos diferentes tipos de estratégias e de redes.

## **A TEORIA DAS REDES ORIGINAL E SUAS ATUALIZAÇÕES**

Vivemos na era da comunicação digital, que nos permite estabelecer diálogos em tempo real, em qualquer lugar do mundo e com qualquer pessoa. Na mesma linha de atravessamentos tecnológicos e transformações, vivemos num mundo em que a globalização mudou não só a forma de se relacionar, comunicar ou vender, mas também os hábitos de consumo. As redes sociais digitais se apresentam e atuam como uma espécie de sistemas de filtragem inteligentes baseados em seres humanos, organizando o excesso de informação e facilitando o processo de escolha dos indivíduos. Através dessas redes tecnológicas, temos possibilidades de nos conectar com novos públicos presentes no ciberespaço. Essas conexões podem ser estabelecidas entre pontos próximos e entre pontos distantes ou em um misto deles. A teoria das redes de Granovetter trata dessa questão.

## A teoria dos laços fortes e fracos de Granovetter

Mark Granovetter, nascido em 20 de outubro de 1943 na cidade de Jersey, é um sociólogo americano e professor de sociologia na Universidade de Stanford desde 2002. Granovetter obteve diploma de bacharel em história pela Universidade de Princeton (1965) e doutorado em sociologia pela Universidade de Harvard (1970). Ele é considerado um dos principais representantes da sociologia das redes sociais, por seu trabalho sobre a teoria das redes e a disseminação de informações através das redes sociais, conhecida como *The Strength of Weak Ties* (1973). Outra obra conhecida do autor fala sobre sociologia econômica e faz ligação com a teoria das redes. Dados da *Web of Science* mostram que Granovetter escreveu o primeiro e o terceiro artigos de sociologia mais citados no campo.

O autor buscou investigar, a partir da década de 1970, como os relacionamentos pessoais e Inter organizacionais influenciam a performance dos agentes econômicos. Para isso, desenvolveu os conceitos de laços sociais (1973) e de redes. Granovetter, em 1973, buscou entender como acontece a difusão de informações. Ele focou na relação entre as pessoas (força dos laços) como interferência da propagação das mensagens. Laço é o elemento de ligação entre as pessoas que participam de uma determinada rede. Para o autor, uma rede é o conjunto de atores, ligados por laços fortes e/ou fracos.

O autor divide os laços sociais em duas categorias: fortes e fracos. Quanto maior a ligação emocional do vínculo entre dois indivíduos, a reciprocidade e confiança, maior é a força do laço.

Uma rede social refere-se a um conjunto de atores que desenvolvem certo tipo de conexão, estabelecendo relações entre si. São contatos com certo grau de consistência, semelhança e especificidade. Podemos dizer que a rede mostra a estrutura dessas relações.

No que diz respeito às redes sociais, envolvem-se relacionamentos interpessoais e o tempo de convivência para definir a natureza desses vínculos, que podem ser fortes ou fracos. O fato é que nem sempre é fácil determinar a natureza do laço, mas, em geral, os laços fortes caracterizam-se por maior intensidade em relação aos critérios elencados, como amizades, relações familiares e pequenos círculos. Por outro lado, há os laços fracos, caracterizados como conhecidos, colegas, amigos de amigos, entre outros. Para ilustrar esse ponto, Granovetter (1973) sugere que, mesmo

que A e B sejam amigos e B e C sejam amigos, A e C podem não ser amigos. Mas, uma ligação pode ser formada através de B e nesse caso, o vínculo será fraco.

A tese de Granovetter (1973) aponta na direção de que os laços fracos são fundamentais. O argumento do autor é que se as redes sociais se concentrassem apenas em relacionamentos fortes, entre pessoas que nutrem relação de amizade, as informações permaneceriam limitadas em círculos estreitos e não se difundiriam, o que limita as oportunidades e o desenvolvimento de seus membros. As pontes criadas basicamente por laços fracos entre os grupos ampliam a rede e possibilitam a reciclagem de informações. Aqueles com quem temos laços fracos evoluem em círculos mais numerosos e diferentes dos nossos (GRANOVETTER, 1973). Outra evolução é que se existissem apenas laços fortes, teríamos um conjunto de pequenos grupos isolados com grandes possibilidades de fragmentação social (GRANOVETTER, 1983). Para o autor, os laços fracos são considerados os de maior importância nas interações sociais que os laços fortes.

Além de analisar as redes de relacionamentos interpessoais, Granovetter (1973) mostra que as redes estabelecidas entre as organizações também podem ser vistas sob a mesma perspectiva, visto que atores e organizações estão interligados. Embora o interesse inicial do sociólogo não fosse exatamente o tema do empreendedorismo (1973), suas reflexões permitiram um tratamento amplo do tema e ele acabou abraçando-o posteriormente. Laços fracos dão aos empreendedores acesso a recursos e informações além do que está disponível em seu próprio ambiente social (GRANOVETTER, 1983). Os laços fortes, por outro lado, consistem em contatos intensos e frequentes (GRANOVETTER, 1973). Quanto mais fortes os laços que unem dois ou mais indivíduos, mais semelhantes esses indivíduos são.

### **A teoria dos laços aplicados às redes digitais e suas relações**

Desde a década de 1970, autores têm procurado, sistematicamente, explorar como as relações entre indivíduos e organizações afetam o desempenho dos atores econômicos. Para tanto, como mostramos acima, o sociólogo emprestou e desenvolveu os conceitos de laços sociais (1973) e redes que são particularmente relevantes para esta questão.

Kauffman (2012), fazendo uma releitura de Granovetter, aplica a teoria ao ambiente do ciberespaço. Em seu texto, aponta que indivíduos com poucos laços fracos tendem a ter uma base

de informações mais estreita fora de seu grupo social, portanto, ficam limitados a informações de amigos próximos e permanecem isolados dentro de sua rede de laços fortes (KAUFMAN, 2012).

Indivíduos que compartilham “Laços Fortes” comumente participam de um mesmo círculo social, ao passo que os indivíduos com os quais temos relações de “Laços Fracos” são importantes porque nos conectam com vários outros grupos, rompendo a configuração de “ilhas isoladas” dos clusters e assumindo a configuração de rede social. Nesse sentido, as relações baseadas em “Laços Fortes” levam a uma topologia da rede, isto é, definem a configuração dos nós da rede de conexões entre os indivíduos no ciberespaço, no qual as relações de “Laços Fracos” funcionam como bridges desses clusters. Quanto menos relações de “Laços Fracos” existirem numa sociedade estruturada em clusters (“Laços Fortes”), menos bridges e menos inovação. (KAUFMAN, 2012, p. 208)

Portanto, os laços fracos são considerados fundamentais para a difusão da inovação, justamente por serem redes formadas por sujeitos de diversas áreas e formações. Em redes fortemente associadas, há uma identidade comum, e as ações que ali acontecem não vão além; portanto, os indivíduos buscam informações e sugestões nesses relacionamentos antes de tomar qualquer decisão, pois essas redes têm certa influência, confiança e credibilidade.

No entanto, mesmo provando a importância dos laços fracos na difusão de inovações e/ou informações, Granovetter explica que as redes de laços fortes desempenham papel fundamental na sua aceitação. Para que os indivíduos acolham essas inovações, é importante estabelecer relações de confiança e identificação entre os membros. E isso é possível por meio de redes de laços fortes. Assim, supõe-se que por meio de laços fracos, os sujeitos terão mais possibilidades e acesso a oportunidades e inovações, mas para adotá-los efetivamente é necessário o consentimento de seus laços fortes (KAUFMAN, 2012).

Ainda assim, ao enfatizar a importância dos laços fracos na disseminação das inovações, Granovetter ressalta a necessidade de identificação e confiança entre os membros da comunidade para que as novas ideias sejam adotadas. Segundo ele, os laços fracos se destacam por facilitar o acesso a informações e permitir que as inovações atravessem fronteiras. Por outro lado, os relacionamentos baseados em laços fortes em redes sociais oferecem motivação de conexão, velocidade no fluxo de informações, além de maior credibilidade e influência. Kaufman (2012) concorda com as ideias de Granovetter, considerando-as válidas também no ciberespaço.

As tecnologias digitais da primeira metade dos anos 1980 impulsionaram significativamente o crescimento dos laços fracos e das conexões entre as "comunidades virtuais". Essa tendência ganhou ainda mais força a partir de 1994, com o surgimento da web, e depois em 2004, com a popularização das redes sociais digitais. Nas mídias sociais, os perfis dos participantes passaram a incluir uma variedade de "amigos", sem a necessidade de uma interação social obrigatória (KAUFMAN, 2012).

Essas novas tecnologias de comunicação estão transformando hábitos, mudando práticas anteriores e estimulando o surgimento de novas formas de sociabilidade. Essas mudanças têm impactos diretos e indiretos no mercado e na economia em todos os níveis. O fenômeno das redes digitais está remodelando o cenário dos líderes multinacionais e proporcionando oportunidades inéditas para a produção colaborativa entre pequenos produtores e indivíduos conectados em plataformas colaborativas. É difícil encontrar grupos ou atores socioeconômicos que não estejam expostos à influência das redes digitais (KAUFMAN, 2012, p. 122).

Kaufmann (2015), em outro trabalho, analisou o papel das redes sociais digitais para as empresas contemporâneas, a circulação de produtos e bens e as novas relações de consumo. A autora aponta que a descentralização das relações comerciais é um dos principais componentes da economia contemporânea.

E ainda que Granovetter não quisesse ser conhecido como pesquisador de redes sociais digitais, se tornou oportuna a apropriação de sua teoria para os atuais estudos de mídia.

## MATERIAIS E MÉTODOS

### **As redes sociais: Instagram e Tik Tok**

Pode-se perceber, que o ambiente do ciberespaço e das redes sociais se expande de forma expressiva, tornando-se um meio propício para o compartilhamento de experiências vivenciadas e da solidificação de laços sociais, através do acesso às comunidades online, estreitando a proximidade dos indivíduos com os grupos com os quais mais se relacionam.

As redes sociais podem ser definidas como estruturas nas quais muitas pessoas mantêm diferentes tipos de relações amistosas, amorosas ou de outro tipo. Na área da Comunicação, de

forma mais ampla, o termo “rede social” é definido como uma plataforma digital de comunicação global que permite entrar em contato com um grande número de usuários.

As redes sociais, ou mídias sociais, se definem como plataformas de comunicação online no qual seus conteúdos são criados pelos usuários mediante o uso das tecnologias da Web que facilitam a edição, publicação e o intercâmbio de informações. “O termo “mídia social”, numa perspectiva sociológica, pode ser descrito como bens coletivos produzidos através da mediação do computador e por ação coletiva.” (SMITH *et al.*, 2008 apud ARAGÃO *et al.*, 2016, p. 133).

O Instagram, por exemplo, é uma plataforma digital de compartilhamento de fotos e vídeos curtos, na qual os seus usuários podem curtir e comentar publicações e interagir com páginas diversas. Foi criado por Mike Krieger e Kevin Systrom, ambos engenheiros de *software*, no ano de 2010. Nos dias atuais, o Instagram, comprado pelo Facebook, é uma das redes sociais mais visitadas pelos brasileiros.

O Instagram também permite análises comerciais das páginas de empresas e de *influencers* digitais. Após uma série de atualizações, que continuam ocorrendo recorrentemente, na busca de aperfeiçoar cada vez mais o aplicativo, é possível fazer e postar vídeos ao vivo, criar vídeos através do *reels*, postar *stories* de diferentes formatos (como boomerangs), enviar mensagens diretas com opções de visualização única ou fixa, entre outros recursos.

O Instagram permite a criação de contas pessoais e organizacionais, permitindo inserir imagens que representem o perfil, informações de contato, e-mail, endereço, link de WhatsApp, site, slogan, entre outras. O usuário troca, distribui e recebe conteúdo, sendo uma forma de conectar pessoas e fomentar ou rechaçar reputações.

Já o TikTok é uma plataforma de mídia social bastante popular que revolucionou a maneira como as pessoas compartilham e consomem conteúdo em vídeo. Com uma base de usuários em constante crescimento, o aplicativo oferece uma experiência única de vídeos curtos e envolventes. A interatividade é outro aspecto marcante do TikTok. Os usuários podem seguir outros perfis, curtir, comentar e compartilhar vídeos com facilidade. Além disso, o aplicativo oferece uma ampla gama de recursos de edição, efeitos especiais e filtros para aprimorar ainda mais os vídeos.

A plataforma está constantemente introduzindo novos recursos e atualizações para melhorar a experiência dos usuários. Além disso, muitas marcas e empresas têm adotado o TikTok

como uma ferramenta de marketing eficaz, aproveitando seu alcance e engajamento com o público mais jovem.

Em resumo, o TikTok se tornou uma força importante nas redes sociais, proporcionando uma plataforma criativa para a expressão pessoal. Com seus vídeos curtos e recursos interativos, o TikTok continua a atrair e cativar milhões de pessoas ao redor do mundo, influenciando a forma como consumimos e produzimos conteúdo online.

Por tudo o que vimos acima, podemos entender que as redes sociais são caracterizadas pelos laços fracos que elas são capazes de criar, determinados pelo engajamento. E esse engajamento, ao contrário do que poderia significar um laço forte, caracterizam os laços fracos pelo número de seguidores, comentários, compartilhamentos, curtidas e de uma relação que é baseada no desejo, no interesse, no potencial de compra, no gosto.

### **Estudo de caso**

Para analisar a viabilidade da aplicação da teoria das redes de Granovetter e as observações de Kauffman sobre a força dos laços fracos no ciberespaço, usamos como caso para estudo os perfis do Instagram e TikTok da loja @aboutclothing. A About é uma loja on-line de vestuário feminino, fundada por uma empreendedora de 24 anos da cidade de Rio das Ostras, no Norte Fluminense. Através de relatos na rede do Instagram e do site oficial da marca (<https://about.com.br/>) ela narra que começou a empreender no ano de 2018, com um bazar on-line de roupas novas e seminovas na intenção de juntar dinheiro para fazer uma viagem. Pouco tempo depois teve a ideia de criar estampas no computador e estampá-las em camisas para uso próprio, e, como alguns seguidores começaram a perguntar de onde eram as produções, ela começou a estampar e vender para terceiros no seu bazar on-line. Em 2019 decidiu cursar faculdade de Direito e “abandonou” a ideia do bazar. Pouco tempo depois, percebeu que não se sentia realizada com o que estava fazendo e decidiu retornar com o bazar e buscar alguns fornecedores e fábricas que revendessem roupas. No ano seguinte, após algumas incertezas e medo, nasceu a @aboutclothing. A loja tem o mesmo nome desde que foi criada e não possui loja física, no início, a idealizadora utilizava seu quarto e outras dependências da sua casa para armazenar roupas e embalagens, posteriormente, quando se estabeleceu, a fundadora alugou uma sala comercial e a

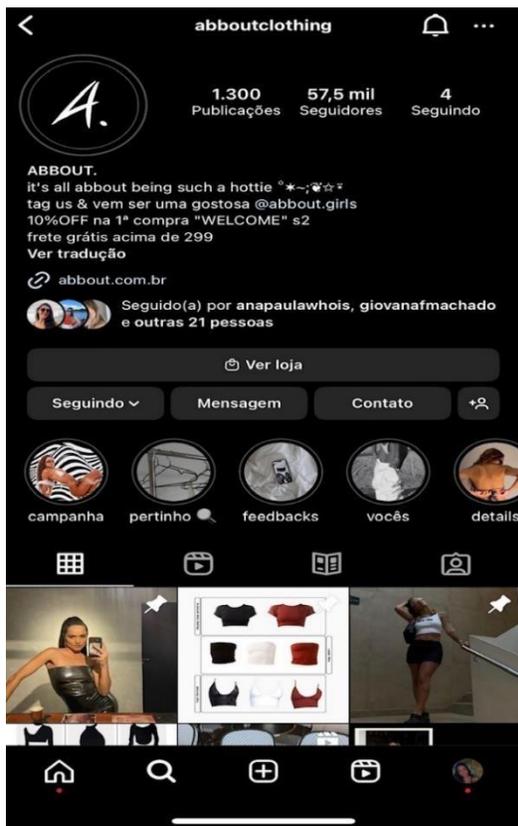
transformou em seu estoque/escritório e é assim até hoje. O perfil da loja nasceu primeiro no Instagram e Twitter, posteriormente, foi criado um site profissional, quando a marca viralizou.

A About aborda em suas mídias digitais uma intenção clara: vestir vários corpos e fazer com que todos se sintam livres. A fundadora fala em sua biografia do Instagram sobre empoderamento feminino e boa parte de suas publicações e *slogans* é sobre aceitação. Ao comprar uma roupa você recebe um manual impresso de como “se sentir uma gostosa” junto das peças. A fundadora diz que durante boa parte do tempo foi a responsável por todo marketing e vendas da loja, mas agora conta com uma equipe exclusiva para isso. A página tem postagens diárias nos stories e publicação de fotos no feed, pelo menos, três vezes na semana. O feed da marca tem postagens diversas, como: dicas de lugares para beber, filmes que inspiram mulheres, looks, fotos de clientes. Atualmente, a @aboutclothing tem mais de 57 mil seguidores no Instagram e 21 mil no Tik Tok.

*Análise do Instagram da marca @aboutclothing à luz da teoria dos laços fracos, de Granovetter*

No perfil oficial da marca, a fundadora coleciona uma grande quantidade de destaques sobre a história da marca, influencers que fizeram divulgação, feedbacks de clientes, reposts das clientes usando os looks, collabs, dia a dia do escritório, e mais. A Fernanda pouco aparece, mas o Instagram da loja é alimentado diariamente com fotos e dicas de looks, reposts, publicações da equipe de marketing. É possível observar a teoria de Granovetter sobre laços fracos em diversas publicações e stories. Pelo que pude observar ao longo de alguns meses, a fundadora é discreta e possui uma rede pequena de laços fortes.

Imagem 1 - Perfil oficial da Abbout no Instagram

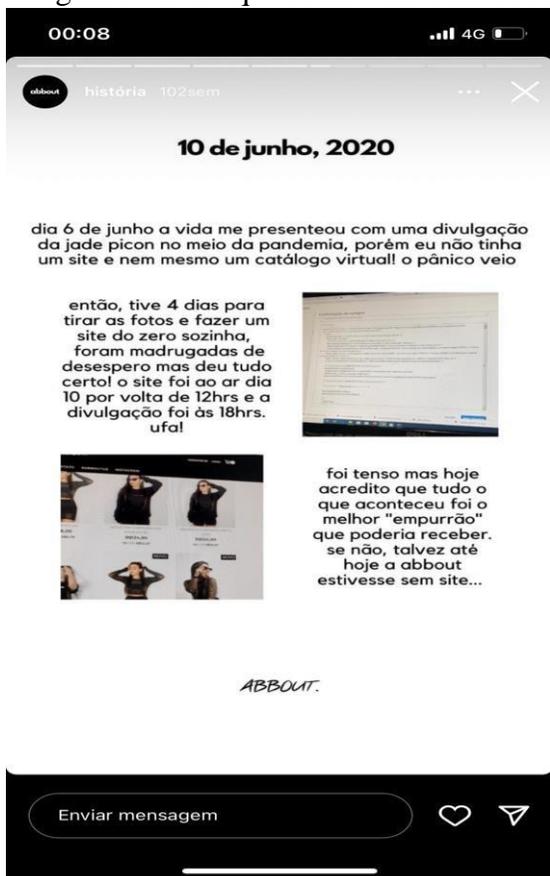


Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Num dos destaques da página, descrito como “história”, a fundadora conta como ela alcançou um número tão expressivo de seguidores e uma loja tão rentável, capaz de gerar quinze empregos de forma direta e indireta. À luz da teoria dos laços fracos, de Mark Granovetter, podemos elucidar que essa conexão social se deu através de pessoas que não conheciam nem a Fernanda e nem sua marca. Elas foram influenciadas por uma blogueira famosa, chamada Jade Picon, que também não conhecia nem a marca e nem a fundadora e através de uma postagem no Twitter, que viralizou. Laços fracos que criaram uma rede de conexão e interação.



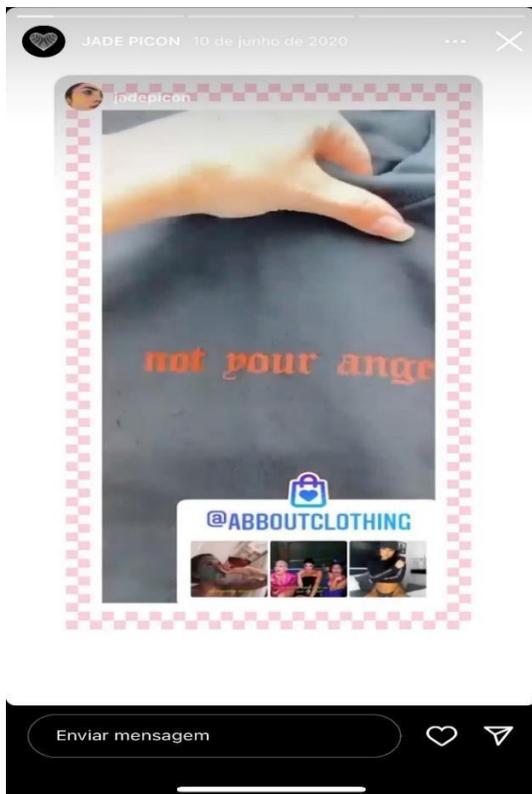
Imagem 3 - Destaque sobre a história da loja



Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Ainda sobre a história da loja, a fundadora conta que foi “presenteada” com a divulgação da influenciadora Jade Picon, conforme imagem acima. A seguir, é possível visualizar o print do *stories* de divulgação da influencer para a marca.

Imagem 4 - Divulgação das peças da loja no Instagram

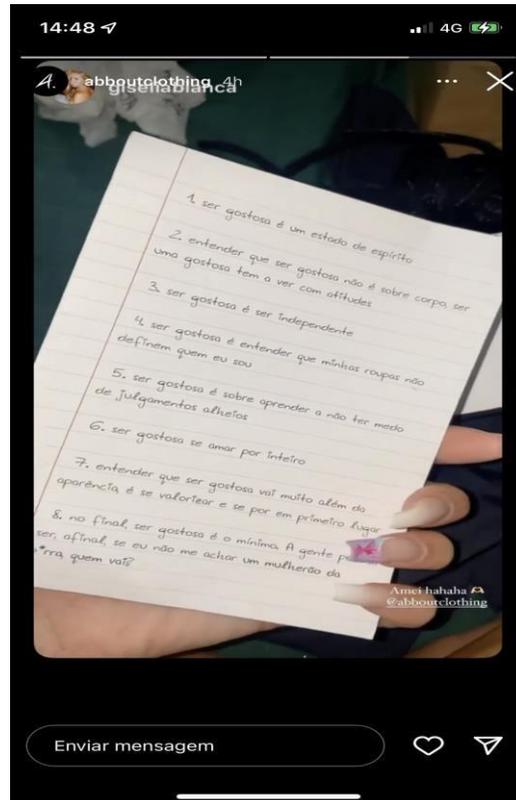


Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Na foto acima vemos o print de um dos destaques da página, descrito como “Jade Picon”, onde a influenciadora no dia 6 de junho de 2020, fez a divulgação da marca através da sua conta pessoal, após receber uma encomenda da About. Na época, as blogueiras faziam quadros semanais sobre os “recebidos” da semana. No destaque em questão a influenciadora fala sobre o recente nascimento da loja e que se encantou com os looks recebidos.

A fundadora conta num outro destaque que foi a partir dessa divulgação que a marca realmente cresceu e teve alcances inéditos. Corroborando com a teoria das redes e dos laços fracos de Granovetter.

## Imagens 5 e 6 - Manual de como se sentir uma gostosa



Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Nas fotos acima, é possível ver o “manual” enviado junto das peças quando uma cliente faz seu pedido. Também fixado em um dos destaques do perfil do Instagram e também em post no feed, as fotos exibem a satisfação das clientes em receber um “manual” de como se sentir/tornar uma gostosa. No “manual” constam oito dicas de como alcançar esse “estado de espírito”, como: entender que ser gostosa vai muito além da aparência; entender que ser gostosa não é sobre corpo, ser uma gostosa tem a ver com atitudes; ser gostosa é se amar por inteiro... e outras frases. Dessa e de outras maneiras a loja se conecta com diferentes “tribos” e corpos, criando laços reais, mesmo que fracos.

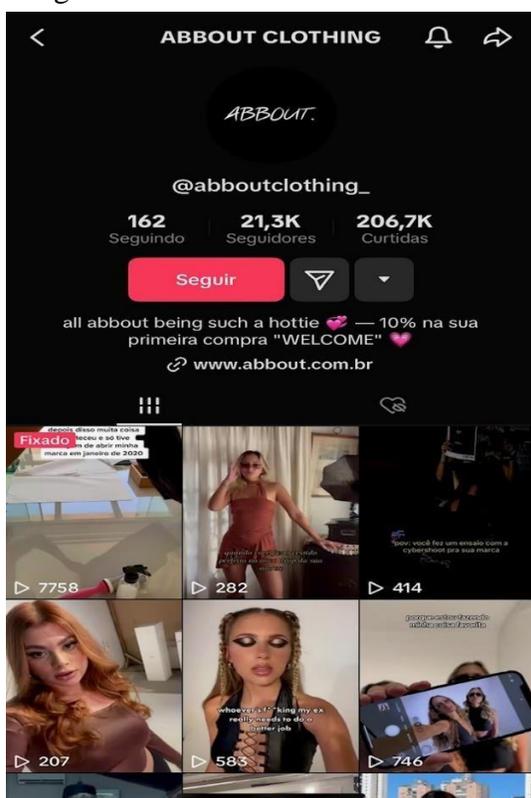
Sampaio (2013) destaca que, no universo da moda, a plataforma de redes sociais Instagram emergiu como uma poderosa ferramenta no ambiente digital, possibilitando um apelo visual e

divulgando conteúdo através de fotografias, imagens e vídeos que cativam o público consumidor. Potenciais clientes interessados em roupas e produtos relacionados agora se encontram ativos no meio digital, não apenas para observar, mas também prontos para efetuar compras.

*Análise do Tik Tok da marca @aboutclothing à luz da teoria dos laços fracos, de Granovetter*

No perfil do Tik Tok é possível visualizar uma maior interação dos usuários com a marca, tanto através de comentários, como marcações e compartilhamentos, apesar da rede ter uma quantidade menor de seguidores. No perfil oficial da marca no Tik Tok, a fundadora é mais orgânica e pessoal e, conseqüentemente, seus seguidores estabelecem mais conexão. Comentários como: “amo essa marca”; “as roupas vestem super bem”; “me sinto uma grande gostosa com esse vestido” e etc, são comuns em várias postagens da página.

Imagem 7 - Perfil oficial da About no Tiktok



Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Com mais de 21 mil seguidores, o Tik Tok da About tem postagens com milhares de curtidas, comentários e compartilhamentos. Um dos posts que a fundadora fez aborda sobre “como as pessoas pensam que é a vida de quem tem o próprio negócio e como realmente é”, uma *trend* que viralizou e muitos empreendedores fizeram, onde mostram uma vida de luxos e dinheiro como expectativa dos outros, mas que a realidade é totalmente diferente e envolve muito trabalho, abdições, choro, horas sem dormir etc. O post em questão obteve 63,5k visualizações, 7343 curtidas e 96 comentários. A grande maioria dos comentários são em apoio e muitos outros falando que passam pela coisa.

Imagem 8 - Print de um vídeo sobre frases motivacionais dos parentes da fundadora



Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Na foto acima, vemos o print do início de um vídeo onde a fundadora faz um “meme” sobre as frases motivacionais que já recebeu dos seus parentes (laços fortes). Algumas frases como: “tá brincando de ter loja”; “trabalhar on-line é mais fácil”; “vender roupa não dá dinheiro”; “tá perdendo tempo”, entre outras. Esse é um dos vídeos com mais visualizações e interações da

página da marca. O vídeo tem 30,3k visualizações, 8.123 curtidas, 119 comentários de diversas pessoas corroborando com o que foi dito e apontando outras mais, 203 salvamentos e 260 compartilhamentos. O ponto central do vídeo é perceber que os muitos comentários falam sobre a mesma coisa, a relação dos laços fracos. Diversos comentários apontando para o fato de não receberem apoio dos parentes e amigos próximos, os laços fortes, mas terem o apoio e conexão de pessoas desconhecidas.

Imagem 9 - Print dos comentários do vídeo descrito acima



Fonte: Reprodução de tela do celular da autora, 03 de julho de 2023.

Em uma das interações recebidas a pessoa fala que recebe o mesmo tipo de apoio da família dela, enquanto outra fala que “parente é uma das piores raças que tem” e em seguida diz que assim que tiver dinheiro irá comprar na loja, reforçando a interação por identificação e a teoria dos laços fracos.

Com tudo que foi demonstrado acima, vimos que laços fracos dão aos empreendedores acesso a recursos e informações além do que está disponível em seu próprio ambiente social (GRANOVETTER, 1983). Granovetter enfatiza que "laços fracos" podem integrar indivíduos em mundos e contextos distantes. Essas conexões possibilitam a divulgação e circulação de diversas e importantes informações e oportunidades no mundo dos negócios.

Embora pesquisas sobre as mídias sociais e o consumo sejam crescentes, ainda existe um campo vasto a ser explorado sobre o consumo nas diferentes tipologias de mídias sociais.

O Instagram e Tik Tok atraem milhões de usuários diariamente. Jovens e adultos se conectam nessas redes buscando descobrir o que está acontecendo ao seu redor e no mundo, dividindo suas histórias e estabelecendo laços e conexões com outras pessoas.

A abordagem de Granovetter sobre os laços fracos e fortes fornece uma visão valiosa sobre a importância das relações sociais na jornada empreendedora. Os laços fracos desempenham um papel fundamental na ampliação das redes de contato, na obtenção de informações e recursos, enquanto os laços fortes fornecem suporte emocional e confiança. Os recursos e informações acumulados por meio dos laços fracos pode fortalecer a posição e a influência dos empreendedores.

Através da elaboração desse artigo, buscou-se identificar a força dos laços fracos como ferramenta para divulgação, vendas e ampliação de seu negócio. Quanto aos objetivos traçados, pode-se concluir que eles foram atingidos, pois foi possível identificar através dos perfis das redes sociais digitais da loja About, a aplicação da teoria dos laços, segundo o sociólogo Mark Granovetter, bem como analisar como essas conexões se estabelecem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse artigo foi analisar a força dos laços e como ela se aplicaria a relações e interações sociais através dos meios digitais de uma empreendedora do Norte Fluminense e buscou identificar como os laços fracos funcionam e influenciam no processo de compra e na interação social.

Diante disto, em redes sociais virtuais como o Instagram e Tik Tok, que interessam diretamente a este trabalho, pode-se observar que os usuários estabelecem conexões de diferentes forças e que esses elos têm o potencial de dinamizar suas trocas. As pontes que se estabelecem

entre grupos, basicamente por meio dos laços fracos, expandem a rede e possibilitam a reciclagem das informações. Aqueles com quem temos laços fracos se movem em mais e diferentes círculos do que o nosso.

A teoria das redes de Mark Granovetter é uma contribuição valiosa para a compreensão das interações sociais e difusão de informações nas comunidades. Sua ênfase nos laços fracos como facilitadores da disseminação de inovações, combinada com a importância dos laços fortes para a confiança e influência, oferece uma visão abrangente do papel das conexões sociais.

Granovetter nos lembra da necessidade de identificação e confiança entre os membros da comunidade para que as ideias inovadoras sejam adotadas. Os laços fracos, ao permitirem um maior acesso à informação e a superação de fronteiras, desempenham um papel crucial nesse processo. Por outro lado, os laços fortes oferecem motivação, velocidade e credibilidade no fluxo de informações, além de maior influência.

A teoria das redes de Granovetter também destaca como as tecnologias digitais e o fenômeno das redes sociais têm transformado a dinâmica das interações humanas. A partir da década de 1980, vimos um crescimento exponencial dos laços fracos e das conexões virtuais, impactando não apenas a forma como nos relacionamos, mas também a economia e o mercado.

No entanto, é importante reconhecer que o papel fundamental na construção de comunidades fortes e na superação de desafios coletivos.

Em suma, a teoria das redes de Mark Granovetter nos leva a refletir sobre a importância das conexões sociais em nossas vidas. Ela nos oferece uma lente para entender como as interações ocorrem, como as informações se espalham e como as comunidades se formam. Essa teoria continua relevante em um mundo cada vez mais conectado digitalmente, fornecendo insights valiosos para os estudos sociais e para a compreensão das dinâmicas da sociedade contemporânea.

Conclui-se que, os objetivos do trabalho foram alcançados e a teoria dos laços fracos confirmada no caso em estudo. Acredito que este trabalho sirva como contribuição para as Ciências Sociais com essa nova perspectiva do estudo e aplicação da teoria dos laços fortes e fracos acerca das interações sociais atuais e das novas formas de consumo e influência. Como administradora e futura socióloga, gostaria de ver uma continuação futura da pesquisa, com outras abordagens.

**REFERÊNCIAS**

ARAGÃO, Fernanda; FARIAS, Fabíola; MOTA, Márcio; FREITAS, Ana Augusta. Curtiu, comentou, comprou. A mídia social digital Instagram e o consumo. **Revista Ciências Administrativas**, jan./jun. 2016

COLEMAN, J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital. **The American Journal of Sociology**, v. 94, 95-120, 1988.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, 1, 201-233, 1983.

KAUFMAN, D. A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Galáxia**, São Paulo, Online, n. 23, p. 207-218, jun. 2012.

KAUFMAN, D. **O despertar de Gulliver**: os desafios das empresas nas redes digitais. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação). – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-01062015-153238/pt-br.php>. Acesso em: 19 jul. 2023.

SAMPAIO, Priscilla. **O Instagram como instrumento de marketing no meio digital para empresas de moda**: Estudo de caso das lojas Voga IL-Brand. Fortaleza: 2013. Monografia Universidade Federal do Ceará/ICA – Instituto de Cultura e Arte Curso de Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda. Fortaleza, 2013.

**REFERÊNCIAS CONSULTADAS**

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

GRANOVETTER, M. & MCGUIRE, P. The making of an industry: electricity in the United States. In: CALLON, M. (Ed.). **The law of the markets**. Oxford: Black Well, 1998.

GRANOVETTER, M. Business groups and social organization. In SMELSER, N., e SWEDBERG, R. (eds.). **The Handbook of Economic Sociology**. 2. ed. Princeton: Princeton University Press; New York: Russell Sage Foundation, 2005.

GRANOVETTER, M. Economic institutions as social constructions: a framework for analysis. **Acta Sociologica**, 35, 3-11, 1992.

GRANOVETTER, M., YAKUBOVICH, V., & MCGUIRE, P. Electric charges: the social construction of rate systems. **Theory and Society**, 34, 579-612, 2005.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: the problem of embeddnes. **American Journal of Sociology**, v. 91, n 3, 481-510, 1985.

GRANOVETTER, Mark. **Getting a job**: a study of contacts and careers. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

WEBER, M. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1996.