

Sumário

Prefácio – Conectando o poder das redes sociais	9
Introdução: Sobre Mídia Social	21
Redes Sociais na Internet e Sites de Rede Social	22
Conceito de Mídia Social	27
Públicos em Rede	30
Mídia Social, Opinião e Esfera Pública	32
1. O que é Análise de Redes Sociais?	37
1.1 Definição	39
1.2 Antecedentes da Análise de Redes Sociais	41
1.2.1 Sociometria	44
1.2.2 Teoria dos grafos	45
2. ARS: Principais Elementos	53
2.1 Nós e Arestas	54
2.2 Grupo	56
2.3 Capital Social	57
2.4 Rede Inteira e Rede Egocentrada	59
2.5 Rede de Dois Modos ou Bipartidas	62
2.6 Grafos direcionados e não direcionados	64
2.7 Métricas de ARS	65
2.7.1 Métricas de Nó	66
2.7.1.1 Grau do Nó	66
2.7.1.2 Grau de Intermediação (<i>Betweenness</i>)	69
2.7.1.3 Grau de Proximidade (<i>Closeness</i>)	70
2.7.1.4 Centralidade de Autovetor (<i>Eigenvector</i>)	72
2.7.1.5 PageRank	74
2.7.2 Métricas de Rede	75
2.7.2.1 Densidade	76
2.7.2.2 Grupabilidade ou <i>Clustering</i>	77
2.7.2.3 Buracos Estruturais	80
2.7.2.4 Modularidade	84
2.7.2.5 Centralização	86

3. Coleta e Análise de Dados	89
3.1 Coleta de Dados	90
3.2 Softwares e Crawlers	93
3.3 Análise de Dados	97
3.3.1 Visualização de Dados	98
3.3.1.1 Fruchterman-Reingold	101
3.3.1.2 ForceAtlas e ForceAtlas2	103
3.3.1.3 Yifan Hu	104
3.3.1.4 OpenOrd	105
3.4 Problemas Éticos e Limitações	106
4. Aplicações de ARS para Mídia Social	111
4.1 Estudos de Participação Política	112
4.1.1 Twitter e Debates Eleitorais	113
4.2 Estudos de Discurso Mediado por Computador e Redes Sociais	132
4.2.1 Racismo e Xenofobia on-line: Caso das Eleições 2014	136
4.3 Jornalismo e Mídia Social	146
4.3.1 Cobertura programada: #EstadaonaCopa	149
4.3.2 Cobertura emergente: Podolski brasileiro	154
À guisa de conclusão: O Campo	163
Posfácio – Computação social: desafios para cooperações interdisciplinares	165
Referências	173