



As Comunidades Virtuais e o processo de formação do capital social¹

Samira NOGUEIRA²

Márcio Carneiro dos SANTOS³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

O presente trabalho visa descrever as relações sociais que são construídas no ambiente *online* a partir da interação entre os internautas. As comunidades virtuais, criadas a partir das plataformas de mídias sociais que se popularizaram no Brasil, tornaram-se fundamentais para as trocas dialógicas entre seus membros. Esses espaços permitem que internautas que não possuem relação na vida *off-line* possam interagir a partir de um determinado tema. A constante troca comunicacional pode gerar proximidade e o surgimento de valores entre eles. A partir dos laços sociais criados entre os participantes, a interação pode evoluir para uma relação, contribuindo aí para o surgimento do capital social, um conceito chave na pesquisa ora apresentada.

PALAVRAS-CHAVE: Comunidades virtuais; interação; Laços sociais; Capital Social.

Introdução

Na década de 2000, o surgimento das redes sociais intensificou o processo de comunicação entre os internautas. Isso porque, as redes sociais são sites voltados para o relacionamento entre os participantes, sendo que estes se apresentam por meio de perfis sociais nessas redes. Esses perfis criados, surgem como forma de construções identitárias das personalidades dos atores sociais e se tornam uma primeira maneira de conhecer e reconhecer o outro nesses meios; é a partir da criação desses que é possível interagir com os outros. Um elemento essencial, que colabora para a interação entre internautas, são as comunidades virtuais.

1. As Comunidades Virtuais

Existente desde o começo da web, as comunidades virtuais são espaços que se encontram hoje em dia, principalmente, em redes sociais e que tem como objetivo reunir um número de internautas em torno de um interesse comum, um tema. Compõe-se de conexões estruturais (número de membros) e de trocas dialógicas entre os

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Graduada do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFMA, email: samirasn.rp@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da UFMA, email: mcszen@gmail.com.



participantes (conversas, interações). Quanto mais os participantes forem ligados por interesses em comum, mais a comunidade virtual tem a possibilidade de ser coesa.

Rheingold, um dos primeiros estudiosos a tratar sobre o tema define que as comunidades virtuais

são agregados sociais que surgem da rede [internet], quando uma quantidade suficiente de pessoas leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço (RHEINGOLD, 1996, p.20).

Então, partindo desse conceito, esses espaços promovem uma discussão sobre um tema, uma discussão que envolve sentimentos, ideias e opiniões. Além desse fator, as comunidades virtuais possuem como características os internautas que se encontram e reencontram através do contato que mantêm pela internet.

Outro autor que busca uma definição para comunidades virtuais é André Lemos. Ele explica que “as comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses em comuns, independentes das fronteiras ou demarcações territoriais fixas (LEMOS, 2002, p.93).” Isso quer dizer que as trocas comunicativas que acontecem nesse espaço não dependem da região geográfica que o internauta se encontra; a comunidade virtual é um ambiente no qual as pessoas de diferentes localidades se encontram para trocar informações.

Mais um autor importante na abordagem das comunidades virtuais é Pierre Lévy. Ele vai dizer que

Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais (LÉVY, 1999, p. 127).

Pode-se concluir então que as comunidades virtuais das redes sociais possibilitam uma troca de conhecimentos entre seus participantes. Na verdade, isso se constitui como a essência desses espaços, na qual firma-se uma ideia de “mente coletiva”, onde ela não só ajudaria a resolver o problema do grupo, da coletividade presente naquele ambiente, mas também trabalharia em função de um indivíduo, para seu benefício (Costa, 2008). As comunidades virtuais são, por muitas vezes, tratadas na rede como filtros de conhecimento, exatamente por essas questões abordadas. Quando o internauta vai à busca de “informação específica, de uma opinião especializada ou da localização de um recurso, as comunidades virtuais funcionam como uma autêntica enciclopédia viva (COSTA, 2008, p.43)”, como uma outra fonte de informação.



Os interesses dos atores sociais é que movem as suas decisões de quais comunidades virtuais irão participar. A troca de informações e conhecimentos é um dos maiores produtos desses espaços, pois é impossível só um participante saber de todo conhecimento a respeito do assunto tratado nesse meio. Aliás, todos os membros que fazem parte sabem algo a respeito do tema principal de uma comunidade virtual, esperando somente a oportunidade adequada para compartilhar suas ideias. Mas existem informações que são de conhecimento de todos, aquelas que são fundamentais para sustentar a existência da comunidade e para alcançar seus objetivos (Jenkins, 2008).

O que mantém as comunidades virtuais são os participantes e suas interações: seja aquela mantida pela rede (lista de membros da comunidade) ou seja as interações dialógicas, principal produto desses espaços. Pode-se afirmar então, que os participantes das comunidades virtuais, ao postar alguma informação, são movidos por uma característica presente em boa parte da Web 2.0: a cultura participativa. Esse é um termo criado por Henry Jenkins que faz referência a como o usuário pode ser ao mesmo tempo produtor e receptor de informações. Segundo ele

[...] a cultura participativa é uma cultura com barreiras relativamente baixas para a expressão artística e engajamento cívico, um forte apoio para criar e compartilhar criações próprias, e algum tipo de orientação informal pelo qual o que é conhecido pelos mais experientes é repassado para *novices*. A cultura participativa é também aquela em que os membros acreditam que suas contribuições são importantes e sentem algum grau de conexão com o outro (JENKIS, *online*, tradução nossa).

Então, a cultura participativa surge a partir do anseio de colaboração do ator social. Em um ambiente como a comunidade virtual, se têm participantes que conhecem bastante informação sobre o tema principal da comunidade e aqueles que sabem muito pouco. A partir do momento que aquele membro posta para toda a comunidade aquilo que sabe, os outros acabam apreendendo o que foi passado, surgindo assim um processo de troca frequente. A cultura participativa também tem relação com o sentimento de pertencimento ao grupo, pois em um ambiente onde os participantes estão unidos em torno de um assunto em comum, isso se torna um primeiro passo para que um membro se identifique com o outro.

Uma comunidade virtual é feita de membros, de discussões e de fóruns. Os fóruns virtuais são listas dos tópicos que estão relacionados ao tema central da comunidade e é por meio dele que pode se observar as trocas interativas dos atores sociais; já os tópicos são os meios pelo qual os participantes discutem um assunto relacionado ao tema principal da comunidade. É através deles que se pode observar o



que está sendo discutido naquele espaço e o que já foi abordado. Sendo assim, a estrutura de uma comunidade tende a aproximar cada vez mais os atores sociais.

Por meio dessa prática, os participantes das comunidades virtuais criam suas próprias condutas morais, ou seja, é necessário que ao se postar uma informação nesse espaço o participante verifique se o assunto é de interesse da comunidade e se a mesma já não foi abordada em algum tópico. A moral implícita da comunidade virtual é em geral a da reciprocidade (Lévy, 1999), quando alguém colabora com informações e se prontifica a responder dúvidas dos outros atores, isso contribui para uma boa imagem e reputação do participante. E isso gera a empatia, fundamental para a aproximação dos atores sociais.

É importante destacar que a interação dialógica que surge no interior de uma comunidade virtual gera o sentimento de pertencimento ao grupo, como resultado do elemento relacional da interação, é o chamado pertencimento associativo (Recuero, 2009). Ainda, é por meio dessa interação, que vai surgir o chamado individualismo em rede, que diz respeito às escolhas dos atores sociais com quem irão se relacionar, a partir das primeiras impressões que percebem do outro, como afinidades, empatias, valores, interesses e projetos.

Então, pode-se perceber que as trocas que acontecem nesses espaços não são só de informações, mas de suportes emocionais e companheirismo. Isso se torna importante, pois na medida em que os participantes interagem, eles podem confiar um no outro a partir das informações que a rede oferece automaticamente sobre eles, produzida pelo histórico de suas participações e pelas enquetes feitas com o resultado das interações passadas de outros membros com os integrantes (Rheingold, 2002). Como afirma Costa “conquistar a estima, o respeito e a confiança de um estranho significa trabalhar na construção de um laço afetivo mais amplo que aquele de nossas parcialidades (COSTA, 2008, p.40)”. A confiança, citada anteriormente, é um dos principais valores que pode ser gerado a partir da interação dos atores sociais, ela surge da reciprocidade entre os internautas e isso tem relação direta com a empatia.

Para se consolidar uma comunidade virtual, as trocas interativas precisam gerar um sentimento de confiança mútua entre os participantes, sentimento este que surge por meio do reconhecimento do outro. Como explica Rogério da Costa

A construção dessa confiança está diretamente relacionada com a capacidade que cada um teria de entrar em relação com os outros, de perceber o outro e incluí-lo em seu universo de referência. (...) Quanto mais um indivíduo interage com outros, mais ele está apto a reconhecer comportamentos, intenções e valores que compõem seu meio (COSTA, 2008, p. 40)



Esse reconhecimento se desenvolveria nas comunidades virtuais através das opiniões pessoais expressas naquele meio. Como já abordado, várias discussões podem surgir através do tema de uma comunidade e é a partir das exposições de suas ideias que os participantes são dados a conhecer. Ao exprimir sua opinião, o ator social demonstra ali traços de sua personalidade, onde isso pode ser percebido pelos outros participantes pela forma como ele escreve e sua tomada de posição frente a algum assunto. Esse processo acaba gerando a seguinte evolução: Interação => Recepção => Reconhecimento => Confiança.

Com o passar do tempo, a fiscalização em torno do que era dito nas redes sociais passou a ser mais intensa devido a mensagens que continham teor ofensivo em relação a outros participantes. Hoje em dia, é possível perceber que até mesmo a estrutura do *software* de certas comunidades virtuais, como a do Orkut, por exemplo, incentiva o participante a expor informações de uma maneira em que conflitos com ofensas podem ser atenuados. Por exemplo, quando o participante vai postar um tópico no Orkut logo embaixo vem dicas sobre como criar tópicos, um deles diz assim: “**Tenha a mente aberta** - As respostas a seus tópicos nem sempre são o que você espera, mas isso não significa que estejam erradas. Tenha a mente aberta e lembre-se de que a maioria das pessoas apenas tenta participar, mesmo que elas não concordem com você ou não digam o que você quer ouvir.”

Uma comunidade virtual pode ter inúmeros membros, como por exemplo, ter 50.000 pessoas. Porém, nem todos comentam, aliás, às vezes nem metade dos participantes participam do processo de interação. Então, uma outra característica em relação a ela é que esses espaços podem ser sustentados por poucos nós (atores sociais). Em relação a isso Recuero diz que

essas comunidades também podem apresentar um grau de intermediação relativamente alto, demonstrando que parte da interação está concentrada em alguns nós, que são essenciais para a manutenção da rede (e que, conseqüentemente, são centrais a esta), bem como um alto grau de proximidade (justificado pela proximidade dos nós a partir das interações, o que indicaria uma clusterização) e pelo alto grau de conexão (que também indica uma maior clusterização (RECUERO, 2009, p. 161).

A clusterização deve aqui ser entendida como resultado de uma interação mútua que já está formada, a partir de um cluster, que são nós de ligação responsáveis por essa interação se constituir.



As comunidades virtuais são por vezes abordadas como um dos espaços mais importantes do ciberespaço. Isso porque proporciona a troca de conhecimento entre seus participantes e ainda a possibilidade de interação conversacional. Em relação a elas, Pierre Lévy aponta esses espaços como um estímulo à formação da inteligência coletiva, além de afirmar que as comunidades virtuais são uma outra fonte de buscas de conhecimentos.

Mas, mais do que isso, as trocas dialógicas que ocorrem nesses espaços proporcionam aos participantes, através da empatia e da reciprocidade uma aproximação, ou seja, a formação de laços sociais entre eles. A partir disso, valores e sentimentos podem emergir fazendo com que a troca comunicativa possa se desenvolver para uma relação social, gerando o capital social.

2. Os Laços Sociais

A interação que ocorre em ambiente *online* possibilita novos lugares para conhecer pessoas com interesses em comum e possibilita a aproximação dos participantes. Ela surge a partir das percepções dos atores sociais que estão inclusos naquele contexto, além das motivações particulares daqueles que estão envolvidos no processo interativo. Mas para que ocorra um desenvolvimento nesse processo de interação, é fundamental que cada participante perceba o que o outro quer dizer, pois diferentemente da comunicação face a face, no ciberespaço, a interação se resume basicamente só as palavras. Em relação a isso Judith Donath (1999 apud Recuero, 2009, p.27) sustenta que

a percepção do outro é essencial para a interação humana. Ela mostra que, no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Essas palavras, constituídas como expressões de alguém, legitimadas pelos grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais. É preciso, assim, colocar rostos informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço.

Além das palavras, o que a autora explica é que, para que se possa ter uma comunicação aproximada da que é realizada na interação face a face, os *emoticons* auxiliam o interagente a perceber as expressões que o outro participante teve ao reagir a sua resposta.

A percepção do outro é um dos primeiros passos para que se estabeleçam conexões iniciais entre os participantes, e isso acaba por auxiliar na formação dos laços sociais. O Laço Social é a maturação da interação entre os atores sociais. De acordo com Recuero



é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre os agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituído no tempo e através da interação social. (RECUERO, 2009, p. 38)

Então, para que haja uma formação de um laço social é necessário que os atores sociais precisem de tempo e empenho para que a interação possa se constituir em uma relação. Wellman (2001, p.07 apud Recuero, 2009, p.38) define que

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações – a estrutura da rede social – organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito.

Percebendo as várias formas existentes de constituir uma interação, vários autores subdividiram os laços sociais em categorias, como foi o caso de Breiger (1984, p. 183 *apud* Recuero, 2009, p. 38) que disse que os laços sociais podem ser laços relacionais (baseados na interação) e laços associativos - que no caso, a conexão pode se estabelecer entre um indivíduo, uma instituição ou um grupo, sendo que essa associação deve conter um sentimento de pertencimento a esse determinado grupo. Por exemplo, a ação de um internauta ao clicar em um link para participar de determinada comunidade virtual, se constitui como sendo um laço associativo. Já os laços relacionais dizem respeito a um processo dialógico de interação entre os atores sociais, é a constituição de uma relação entre eles. Recuero aponta que “(...) quando os grupos surgem com base na interação dialógica, o sentimento de pertencimento do grupo surge como decorrente do elemento relacional da interação” (2009).

Como vimos, necessariamente, os participantes de uma comunidade virtual não precisam se conhecer na vida *offline*. Basicamente, o processo de interação se inicia no ambiente *online* e pode evoluir para uma relação mais coesa entre os participantes, gerando os laços sociais. Em decorrência disso, baseado na ideia de Granovetter (1973), os laços sociais também podem ser fortes ou fracos. Recuero diz:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas. (RECUERO, 2009, p. 41).

A força de um laço é uma combinação da quantidade de tempo investido na interação, assim como da intensidade emocional presente nessa troca, da confiança mútua e da reciprocidade entre os interagentes.



Laços fortes e fracos são sempre relacionais, pois são consequência da interação que através do conteúdo e das mensagens, constituem uma conexão entre os atores envolvidos.

Apesar dos laços fracos serem dispersos e estarem distantes da formação de uma relação, eles são fundamentais para a manutenção de uma determinada comunidade virtual e até mesmo das redes sociais. Os laços sociais ajudam a entender a estrutura de uma determinada rede social.

As redes sociais, juntamente com suas comunidades virtuais, comportam os dois tipos de laços sociais: o laço forte e o laço fraco. Além deles, é possível perceber a presença dos laços associativos e dos laços relacionais. Todas essas formas de laços sociais estão interligadas: o laço forte, que tem como base o relacionamento mais próximo entre os interagentes, está interligado com os laços relacionais; e o laço fraco que se constitui de relações que não possuem intimidade está interligado aos laços associativos. Apesar das características dos laços fracos apontarem uma menor importância no processo de interação dialógico, eles possuem uma grande importância na manutenção da estrutura de uma rede, pois é através desses laços que é possível verificar quem é amigo de quem e quem participa de quais comunidades. Então, por essa razão, afirma-se que na comunicação mediada por computador ocorre a existência de laços sociais multiplexos, ou seja, que em uma interação pode haver mais de um tipo de laço social.

As comunidades virtuais se tornam um espaço propício para a formação de laços sociais porque, principalmente, é a partir de associações voluntárias dos atores sociais a esses espaços que se desenvolve a confiança e reciprocidade nas redes sociais. Essas associações estimulariam a cooperação entre os indivíduos e a emergência dos valores sociais. Essas associações voluntárias surgem a partir dos interesses pessoais dos atores sociais.

A comunicação mediada por computador permitiu que os laços sociais fossem criados e até mesmo mantidos à distância, mesmo os chamados laços fortes. Os laços sociais que são criados em ambiente virtual podem ser mantidos na vida *offline*, assim como os laços sociais que existem na vida *offline* podem ser “reforçados” em ambiente *online*.

Os laços sociais podem surgir entre atores sociais que não se conhecem e que só frequentam o mesmo espaço virtual. A partir do momento em que eles se comunicam mutuamente os laços podem se tornar fortes e até mesmo evoluir para uma relação mais



coesa: o capital social. Mas para que essa relação se constitua, é necessário que a interação seja recíproca, ou seja, que se desenvolva entre os interagentes.

3. O Capital Social

A construção do capital social nasce a partir dos valores gerados durante uma interação entre duas ou mais pessoas nas redes, o que influencia na própria estrutura das redes sociais. Essas redes facilitam a emergência das várias formas de capital social que não são tão acessíveis no ambiente *offline*.

O termo “capital social” não surgiu ao acaso. Capital deve ser aqui entendido como “o modo como os atores econômicos interagem e se organizam para gerar crescimento e desenvolvimento” (Costa, 2008). Então, essas interações que ocorrem precisam ser consideradas como riquezas a ser exploradas a partir dos valores gerados.

O conceito de capital social não possui uma definição única e apresenta diversas visões de autores. Um deles, Putnam (2000, p.19 apud Recuero, 2009, p.44) afirma que o capital social “refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela.” Esse conceito de Putnam está bastante ligado à ideia de moralidade e como esta pode ser fortalecida através da relação recíproca entre os interagentes. A moralidade aqui abordada se refere ao senso cívico do ator social, ou seja, na possibilidade da crença na reciprocidade e no consenso, que são fundamentais para a constituição do capital social.

Esse conceito apresenta em sua estrutura uma dualidade: tanto tem uma visão do individual como do coletivo. A questão do individual surge a partir do momento em que o indivíduo aceita participar de uma rede social que lhe vai ser benéfica, já no âmbito da coletividade a relação surge porque o capital social depende da “esfera coletiva do grupo, sejam eles como custo ou benefício.” (Recuero, 2009).

Além disso, o conceito de capital social de Putnam envolve três elementos básicos: a moralidade, a confiança e as redes sociais. A moralidade, já citada antes, relaciona-se as normas e condutas do indivíduo e o estabelecimento das trocas sociais. A confiança surge como um valor social, e é consequência das interações que possuem reciprocidade e geram consensos. Mas para atingir essa confiança, o processo de interação necessita de tempo para que possa evoluir e surgir esse valor social. Uma vez criada à confiança, para um grupo ou comunidade, isso vai ser benéfico, pois junto com a confiança outros valores podem surgir também, como a integração e o apoio. Já em relação às redes sociais, o conceito refere-se ao ato do ator social aceitar participar da



rede social, essa associação voluntária se estabelece como base para que a confiança e a reciprocidade possam se desenvolver.

Um outro conceito recorrente nos estudos de capital social é de o Bourdieu, ele afirma:

O capital social é o agregado dos recursos atuais e potenciais, os quais estão conectados com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimento e reconhecimento mais ou menos institucionalizadas, ou em outras palavras, à associação a um grupo – o qual provê cada um dos membros com o suporte do capital coletivo. (BOURDIEU, 1983, p. 248-249 apud RECUERO, 2009, p.46).

O conceito do autor estabelece uma ligação direta com os grupos, o que pode ser também aplicado às comunidades virtuais. Ainda, o conceito de capital social teria dois elementos: “um *recurso* que é conectado ao *pertencimento* a um determinado grupo; às relações que um determinado ator é capaz de manter; e o *conhecimento* e *reconhecimento mútuo* dos participantes de um grupo” (Recuero, 2009, p. 47). Ao desejar fazer parte de uma comunidade virtual, o participante começa gerando ali um sentimento de pertencimento àquele grupo, e ao participar efetivamente da comunidade, mesmo que não participe do processo interativo, ele pertence à estrutura daquele espaço. Já em relação ao conhecimento e reconhecimento mútuo dos participantes, isso só é possível por meio da interação destes; ao trocarem ideias, informações e opiniões os participantes, por meio daquelas mensagens, expõem parte de suas identidades o que possibilita ao outro que está interagindo com ele conhecer o participante e assim se reconhecerem mutuamente através das trocas interativas.

O conceito de capital social de Bourdieu está intimamente ligado aos interesses individuais, no sentido em que as relações sociais estabelecidas possibilitam benefícios para quem interage.

Um terceiro conceito a compor os estudos sobre capital social é o de Coleman. Para ele

O capital social é definido por sua função. Não é uma entidade única, mas uma variedade de entidades, com dois elementos em comum: consistem em um aspecto das estruturas sociais, e facilitam certas ações dos atores – tanto corporações quando pessoas – dentro da estrutura. Como outras formas de capital, o capital social é produtivo, fazendo com que seja possível atingir certos fins que, sem ele, não seriam possíveis de ser atingidos. (COLEMAN, 1988 apud RECUERO, 2009, p.59).

Esse conceito de Coleman aponta que a formação do capital social não está nos interagentes em si, mas sim nas suas estruturas de relacionamento. Para o autor, “o capital social poderia ser transformado em outras formas de capital, e assim, objetivar-



se (Recuero, 2009).” Por formas de capital social, o autor se refere às organizações – que possibilitam aos internautas a atingirem seus objetivos.

Os três conceitos apresentados aqui servem como uma introdução para um quarto conceito, que é o conceito principal a ser abordado neste artigo. Raquel Recuero, baseado nestes três autores apresentados, vai definir capital social como

um *conjunto de recursos* de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma Coleman) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo delas (Gyarmati & Kyte, 2004; Bertolini & Bravo, 2001). (RECUERO, 2009, p.50)

Então, para que se possa apresentar a formação do capital social é necessário estudar os conteúdos das mensagens trocadas pelos interagentes. Assim, o capital social nasce a partir da relação que os atores sociais constroem entre si e seus resultados podem ser aproveitados tanto no aspecto individual, e tanto no âmbito da coletividade (pelo grupo ou comunidade que o ator social está inserido). Para que aconteça o capital social é necessário que haja reciprocidade nas relações dos interagentes, então pode-se concluir que o capital social é fruto dos laços sociais fortes, e que vai surgir a partir dos aspectos positivos que acontecem em uma relação.

Tendo em vista essa ideia, o estudo de capital social nas redes sociais está vinculado diretamente às comunidades virtuais que existem nesse site. Esse espaço se apresenta como o mais propício para que aconteça a formação tanto dos laços sociais (fracos e fortes) e como do próprio capital social. É interessante perceber que apesar do capital social surgir a partir de uma relação entre os interagentes, eles, no seio de uma comunidade virtual, não precisam obrigatoriamente se conhecer na vida *offline*: a relação pode nascer somente a partir de trocas no meio *online* e aí, dependendo dos valores sociais surgidos a partir da troca interativa, podem evoluir para uma forma mais coesa da interação, fazendo surgir o capital social.

Ainda, o capital social pode se subdividir em diversas classificações. Segundo Bertolini e Bravo (2001 apud Recuero, 2009, p. 50-51), o capital social pode ser dividido em categorias, sendo que

Essas categorias podem ser compreendidas como os recursos a que os indivíduos têm acesso através da rede e seriam: a) *relacional* – que compreenderia a soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede; b) *normativo* – que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; c) *cognitivo* – que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; d) *confiança*



no ambiente social—que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; e) *institucional* – que incluiria as instituições formais e informais, que se constituem na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as ‘regras’ da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto.

Além dessa classificação, esses autores também apontam que o capital social possui níveis. O capital social de primeiro nível está ligado aos indivíduos e quais os valores a eles que podem ser primeiramente obtidos (como o suporte social, o conhecimento, e até mesmo a reciprocidade). Já o capital social de segundo nível refere-se aos valores sociais que podem ser desfrutados pela coletividade, a que existe em uma comunidade virtual, por exemplo. Alguns dos valores sociais que podem ser acessados pela coletividade são a confiança e a presença de instituições. O capital social de segundo nível, portanto, é uma maturação do capital social de primeiro nível e se constitui de laços fortes; já o capital de primeiro nível pode ser associado aos mais diferentes tipos de laços. Recuero (2009, p.54) em relação a isso afirma que “o capital de segundo nível é também fundamental, porque aumenta a qualidade e a produção do de primeiro nível, criando um círculo de produção constante de recursos pelo grupo.”

De acordo com Bargh & McKenna e Helliwell & Putnam (2004) “várias formas de capital social, incluindo os laços com amigos e vizinhos, estão relacionados com os índices de bem-estar psicológico, como autoestima e satisfação com a vida (apud ELLISON, STEINFELD & LAMPE, 2007, *online*, tradução nossa).” Então, pode-se afirmar que o capital social está ligado a autoestima do indivíduo, assim como sua satisfação pela vida. O capital social também pode ser classificado, de acordo com a ideia de Putnam (2000), como *bridging and bonding social capital* (capital social de ligação e de fortalecimento, respectivamente). O *bridging social capital* refere-se aos laços fracos onde, apesar dos atores sociais buscarem informações com outros interagentes, essa troca não possui suporte emocional. Pode-se dizer que é um primeiro momento do capital social, onde ele está buscando conexões para se construir. Já o *bonding social capital* está ligado aos laços fortes e refere-se àquelas relações mais próximas que possuem suporte emocional, como a relação que se mantém com a família e amigos próximos. Essa segunda forma é um capital social que fortalece as relações estabelecidas.

A esses dois tipos, Ellison; Steinfield e Lampe (2007) ainda incluem um terceiro: o *maintained social capital* (capital social de manutenção). Esse tipo de capital foi criado para se referir ao capital social gerado no ambiente virtual, especialmente em



sites de redes sociais (como o Orkut e o Facebook). Isso se dá porque as redes sociais são sites que servem para manter contatos, especialmente com pessoas que estão distantes geograficamente. E é importante observar que, apesar das redes sociais proporcionarem esse tipo de capital social, sua formação limita-se na própria estrutura de *software* dos sites.

A partir dessas observações, pode-se dizer que o capital social tanto favorece o coletivo, como o individual. Como afirma Recuero (2009, p.54) “quanto mais a parte coletiva do capital social estiver fortalecida, maior a apropriação individual deste capital.”

Alguns estudos tendem a aprofundar a relação de capital social com o indivíduo. No meio psicológico, indivíduos que possuem uma boa auto-estima e satisfação com a vida, influenciam na construção do capital social (especialmente no *bridging social capital*). Porém, é importante observar que mesmo aqueles que possuem algum bloqueio para interagir no dia-a-dia (como a timidez), são beneficiados com esse modo de comunicação mediado pelo computador, pois acaba oferecendo ferramentas para que possam interagir com mais facilidade.

A formação do capital social, baseado nesses conceitos, também pode variar de acordo com os sites de redes sociais. Nos Estados Unidos, no caso do Facebook, a formação do *bridging social capital* (que está relacionado com os laços fracos e que se relacionam com os primeiros níveis de interação) costumam acontecer com mais frequência do que o *bonding social capital* (22%), que indica interações mais consistentes. Isso porque, a própria estrutura do site influencia na interação dos participantes e as relações que existem no ambiente *offline* são, em sua grande maioria, mantidas no ambiente *online*.

3.1. Categorias de Capital Social

A partir dessas observações sobre capital social, pode-se concluir que ele é fruto de uma relação entre os interagentes. Ele pode ser categorizado a partir das características qualitativas da comunicação interpessoal propostas por Fisher e Adams, sob a perspectiva de Alex Primo (2008), sendo elas:

Descontinuidade – “as interações sociais entre duas pessoas podem ocorrer com intervalos de tempo. Mesmo os parceiros de relacionamentos duradouros não estão sempre interagindo entre si.”;

Recorrência – “conforme Fisher e Adams (1994), a repetição de processos interativos subsidia ações futuras em situações com alguma semelhança. É preciso destacar, porém,



que encontros recorrentes não são suficientes para o desenvolvimento de maior intimidade. Essa característica primária da interação não pode, por si só, transformar laços fracos em laços fortes.” Na presente análise, essa característica será compreendida por interações que não possuem grandes intervalos de tempo;

Sincronia – “refere-se aos padrões interacionais desenvolvidos no tempo que permitem que cada interagente consiga prever, com chances maior que o acaso, como seu parceiro irá reagir. Ou seja, existe uma alta porcentagem de acerto na antecipação das ações do outro. Além disso, a competência em compreender que comportamentos são mais apropriados em diferentes situações é própria de relacionamentos de alta sincronia.”;

Reciprocidade– “quando um interagente reage à ação do outro de forma equivalente, diz-se haver uma interação recíproca. Mais do que isso, os participantes percebem seu relacionamento de maneira congruente: tanto se amando, por exemplo, quanto se odiando reciprocamente.”

Essas, de acordo com Alex Primo, são características primárias da comunicação interpessoal. Em decorrência destas, surgem às características secundárias da comunicação interpessoal no qual dizem respeito aos sentimentos que um parceiro tem pelo outro (2008), que são:

Intensidade – “trata-se, segundo Fisher e Adams (1994), da força ou potência de um relacionamento. Não se pode supor que se faz aqui referência apenas às relações entre cônjuges ou melhores amigos. Dois inimigos, por exemplo, podem manter um relacionamento odioso muito intenso.”;

Intimidade – “busca-se observar quão próximos são os interagentes e que familiaridade existe entre eles.”;

Confiança – “pode ser abordada avaliando-se quanto cada parceiro aceita correr riscos em virtude do outro”;

Compromisso – “trata-se da dedicação de cada interagente ao relacionamento compartilhado e a sua própria continuidade. O que demonstra uma identificação dos sujeitos com o relacionamento mantido. Fisher e Adams comentam, contudo, que o compromisso mútuo não garante necessariamente alta intimidade.”

Além dessas características apresentadas por Primo, pode-se acrescentar mais duas outras: a colaboração e o conflito. Colaboração vai aqui ser adotada como o ato de um participante da comunidade postar informações que são de interesse daquela coletividade, o ato de ajudar como uma forma de contribuição. E conflito é o ato de opiniões divergentes entrarem em contato umas com as outras.



Conclusão

As redes sociais, por meio do espaço como as comunidades virtuais, propiciam a interação entre atores sociais naquele ambiente. Com a frequente troca dialógica, laços e valores poderão surgir entre eles, constituindo uma forma de relação social por meio do capital social criado. As relações que surgiam em ambiente *offline*, nessa perspectiva, agora podem surgir em um ambiente *online* a partir somente dessas interações virtuais. Verificar como essa situação pode ser benéfica para uma marca deve ser uma das premissas do profissional que realizar comunicação organizacional em meio digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTOUN, Henrique. **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

JENKINS, Henry. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. Disponível em: http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF. Acessado em: 13. Jan. 2012

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

LEMONS, André. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: 2^a Edição, Sulina, 2008.

ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. **The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>. Acessado em 25. Abr. 2012

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

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community**. The eletronic version. Disponível em: <http://rheingold.com/vc/book/intro.html>. Acesso em 10. Abr. 2012

COSTA, Rogério da. **A Inteligência Coletiva: cartografando as redes sociais no ciberespaço**. Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos/inteligencia-coletiva-redes-sociais-ciberespaco/inteligencia-coletiva-redes-sociais-ciberespaco.shtml>. Acesso em 17. Mar. 2012