

Capital e Conectividade: Apreensões e Experiências Frente à Comunicação Digital¹

Carolina Silva de MOURA²

Suely Henrique de Aquino GOMES³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

O presente artigo apresenta como temática central a relação entre capital e conectividade. Com foco no capital social, trata-se, portanto, de uma breve análise qualitativa acerca das transformações no processo de apreensões e relacionamentos dos indivíduos, a partir do uso da internet para a comunicação. Diante de tal assunto, o trabalho expõe de forma sucinta, que caracteriza um artigo, conceitos sobre capital e consumo propostos por autores como Bourdieu (2004) e Baudrillard (2003) respectivamente, e também concepções a respeito dos estudos de cibercultura que passam por Pierre Lévy (1996; 2010), Adriana Amaral (2009; 2011) e Raquel Recuero (2009; 2011).

Palavras-chave: comunicação, capital, consumo, internet, cibercultura

Breves explicações

As novas tecnologias da comunicação, como a comunicação mediada por computador (CMC), têm modificado de sobremaneira a relação entre os indivíduos. Neste contexto, teorias da comunicação que afirmam a passividade do “receptor” como a hipodérmica ganham novos discordantes ao se pensar na relação entre sujeitos que produzem, recebem, curtem, compartilham e seguem conteúdo. Em âmbito acadêmico, ao se pensar no Brasil, observa-se desde a década de 90 o aumento da produção científica voltada à chamada Cibercultura, linha de pesquisa que se articula a outras esferas como estudos culturais, práticas sociais, a qual ganha cada dia mais visibilidade em entidades como a Intercom e Compós, e que culminou, em 2006, na abertura da Abciber (Associação Brasileira dos Pesquisadores em Cibercultura).

1. Trabalho apresentado no DT 05 – Rádio, Tv e Internet do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

2. Mestranda em Mídia e Cultura na Universidade Federal de Goiás. Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. E-mail: falecomcarolmoura@gmail.com

3. Doutora em Ciências da Informação pela UnB. Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG – Universidade Federal de Goiás. E-mail: suelyhenriquegomes@gmail.com

Além disso, o tipo de interação supracitada evidenciou o conceito da tribalização, em que os indivíduos se aproximam por afinidades e vontades. É nítido que não cabe desconsiderar as desigualdades sociais que ainda persistem, mas vale pontuar também que hoje “as novas tecnologias e redes de intercâmbios virtuais permitem a disseminação de diferentes vozes, permitem que os distintos grupos se comuniquem” (MENDONÇA, 2009, p. 51). Prova disso é que atualmente marcas e empresas não pensam apenas no produto, no material, no tangível, fazendo com que a comunicação e o marketing voltem seus esforços para as experiências. Além das implicações mercadológicas, é indiscutível que o advento da internet causou e causa efeitos nos vínculos e práticas sociais, no entanto, o que é discutível é quais são esses impactos nas relações humanas, e como a formação da subjetividade dos indivíduos tem ocorrido mediante a manipulação das tecnologias digitais da comunicação.

É importante pensar, portanto, como os agentes sociais que outrora não tinham acesso a determinados conteúdos seja por possibilidade de renda, localização e outros aspectos, agora o possuem e de que forma eles interiorizam simbolismos exteriorizados. Nesse sentido, o presente trabalho visa propor uma discussão a partir da possibilidade de aproximação de indivíduos distintos no que tange o contexto social, econômico, simbólico e cultural propiciada pelas novas tecnologias da comunicação.

Por que problematizar?

As mídias digitais têm sido propulsoras das transformações sociais, acentuando a velocidade das mesmas, e o desenvolvimento e uso das plataformas virtuais de interação resulta em novos comportamentos e experiências sociais. Tal processo, por ainda estar em curso, não teve suas consequências totalmente vislumbradas, e de forma dicotômica possui aspectos positivos e negativos, como a aproximação de indivíduos com contextos geográfico-culturais diferentes, em contrapartida ao distanciamento de semelhantes, a partir da possibilidade de desconexão sem a necessidade de prejuízos emocionais (BAUMAN, 2004). Diante de tal premissa, modelos teórico-epistemológicos tradicionalmente conhecidos precisaram ser reconfigurados, um movimento constante dentro do campo de estudos da comunicação, já que para Temer e Nery (2009) este corpo de pesquisas não é uniforme e “exige o desenvolvimento de uma série de aprofundamentos conceituais” (TEMER; NERY, 2009, p.10).

Por esta razão, estudiosos da contemporaneidade investem esforços para compreender a relação entre os indivíduos com a sociabilidade no ciberespaço. Por conseguinte, esta

compreensão tem se mostrado desafiadora no que tange a reunião de diversas áreas, tendo em vista que os desdobramentos das ações interativas na internet perpassam a esfera da comunicação. Conforme aponta Fátima Regis (2010) elas “repercutiram em nossas ações políticas, preceitos econômicos, visões antropológicas, produções culturais e concepções de espaço e tempo” (REGIS, 2010, p. 10).

Essas recentes explicações tem buscado se estabilizar enquanto epistemologias, mas tem como entraves o fato da referenciada rapidez das mudanças, assim como o fator dos pesquisadores estarem nelas inseridos. Baseado nisto, nota-se que seria superficial analisar apenas os aspectos técnicos do desenvolvimento tecnológico e ignorar os prismas humano e social, visto que a cultura digital é fruto dos objetivos dos próprios sujeitos. Ademais, é necessário pensar se a tecnologia enquanto ferramenta de comunicação acentua diferenças ou, em um ponto de vista otimista, se ela permite relações mais democráticas e pluralistas entre os indivíduos.

Entre apocalípticos e integrados (ECO, 1979), e sob as condições acima citadas, é importante delinear saberes que corroborem para que o entendimento do processo seja aprofundado de maneira mais consciente, bem como vislumbrar as extensões presentes e futuras do mesmo no que diz respeito aos discursos, simbolismos e relacionamento dos indivíduos na realidade nacional. Isso se articula com a relevância dos estudos midiáticos e sua relação com a identidade, alteridade e multiculturalismo no ambiente globalizado, uma vez que “observar, analisar e teorizar é um modo de construir um mundo diferente e melhor” (CASTELLS, 1999, p. 42).

Ponto de partida

A concepção de capital social é bastante ampla e utilizada em diversas áreas do saber, de modo que não exista um consenso sobre o uso do termo, sendo Pierre Bourdieu (2004) um dos pioneiros a atribuir um significado estruturado acerca disso. “O que se concorda é que o conceito refere-se a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais” (RECUERO, 2009, p.45), por conseguinte é necessário fazer um recorte bibliográfico cuja finalidade é se compreender o prisma sob o qual o trabalho será alicerçado.

Dessa maneira, buscou-se compreender os aspectos relevantes de apropriação e externalização de conteúdos e vivências ocorridas no contexto social, que culminam na formação do repertório do sujeito. Esta perspectiva vai de encontro ao desenvolvimento da

Teoria da Ação Social proposta por Bourdieu (2004). O paradigma epistemológico está relacionado ao *habitus* do sujeito, ou seja, à cognição e aspectos conscientes e inconscientes que formam a subjetividade dos indivíduos e as práticas realizadas pelos agentes que se baseiam em experiências vivenciadas anteriormente e apreensões feitas. Sob estas condições os sujeitos realizam suas ações com a estrutura e com outros agentes que ocupam posições em um campo, uma espécie de conjuntura e trajetória em que as relações acontecem. Assim, o autor pontua que indivíduos que ocupam posições semelhantes no campo tendem a viver experiências parecidas e conseqüentemente ter *habitus* semelhantes, o que leva a ideia de *habitus* de classe ou grupo.

Articulado aos conceitos de *habitus* e campo, Bourdieu (2004) propõe também a noção de capital que é todo recurso material e imaterial que pode ser acumulado por um indivíduo e que contribui para a relação de dominação de uma posição sobre outra no campo. Estas três concepções, *habitus*, campo e capital se relacionam aos comportamentos de classe, relações de poder, distinção e distanciamento entre grupos diferentes, de maneira que para o autor os detentores de capital econômico e cultural ocupam posições privilegiadas no campo (BOURDIEU, 2004). Já o capital social na visão do autor (BOURDIEU, 2004) é atrelado aos pensamentos marxistas relativos às relações de poder e dominação entre classes, associada aos relacionamentos entre sujeitos vinculados a determinado grupo na obtenção de vantagens. Para Recuero (2009) o capital social, sob a ótica do autor supracitado, centra-se nos recursos que um indivíduo pode obter a partir do pertencimento a um grupo (rede social), bem como do conhecimento e reconhecimento mútuo entre os participantes, ou seja, é baseado nos interesses individuais.

Outro expoente acerca das diferenciações de classe é Baudrillard (2003) a partir da noção do consumo. Apesar de sua visão pessimista, compreender as ideias do autor é um interessante caminho ao se traçar paradigmas a respeito do homem pós-moderno, portanto, é importante sua releitura na elucidação das respostas. Para Baudrillard (2003) o consumo se realiza no cotidiano com base na relação mercadoria-signo, em que os objetos se transformaram em associações entre simbolismos e mercadorias. Nesse sentido, o ato de consumir está relacionado à imagem que um indivíduo possa passar a partir da obtenção de determinado produto, do que na necessidade ou funcionalidade do objeto, fazendo assim com que ele tenha, além de seu valor de uso e valor de troca, um valor simbólico, em dois processos compostos por: significação e comunicação (primeiro) e classificação e diferenciação social (segundo). Nesse contexto, a comunicação de massa tem o objetivo de

fomentar o consumo mostrando a obsolescência dos objetos e apresentando novos artigos a serem consumidos, contribuindo para a formação de simbolismos.

Ao se pensar especificamente na internet, Baudrillard (2003) apresenta uma ideia oposta à aparente liberdade e conhecimento que a plataforma proporciona, pois para o autor as buscas que os indivíduos fazem nos dispositivos são seguidas de respostas prontas que não são fruto de reflexão, de modo que:

Não há aprendizagem. O minicomputador faz perguntas e, para cada uma delas apresenta um quadro de cinco respostas. Selecciona-se a resposta justa. O tempo também conta: se se responder instantaneamente, obtém-se o máximo de pontos, e ganha-se o campeonato. Não se trata, portanto, de tempo de reflexão, mas tempo de reação. O aparelho não ativa os processos intelectuais, mas os mecanismos reacionais imediatos. Não importa ponderar as respostas nem deliberar; interessa ver a resposta justa, registrando-a como estímulo, segundo o esquema óptico-motor da célula fotoelétrica. (BAUDRILLARD, 2003, p.107)

Ao contrário do pensamento negativo de Baudrillard (2003), mais um teórico cuja leitura é relevante, Pierre Lévy (1996) expõe que a comunicação mediada por computador leva uma formação mais democrática da inteligência coletiva fundamentada na reciprocidade e respeito da alteridade possibilitada pela comunicação “todos todos” que pode ser observada em chats, blogs e *groupwares* (LÉVY, 1996). Para o autor a comunicação mediada por computador abriu possibilidades de uma formação cooperada de grandes grupos geograficamente distantes, em que cada sujeito coletivo pode contribuir compartilhando significações. Nesse ambiente, onde cabem todas as expressões culturais, minorias podem, ainda, se expressar de forma mais aberta em “uma reversão dos jogos de poder tradicionais no processo de comunicação” (CASTELLS, 1999, p.446). Esse processo, por transformar a comunicação e as estruturas sociais, promove formação da ciberdemocracia. Nela, a esfera pública é marcada pela visibilidade e transparência, onde imperam a multiplicidade de saberes e discursos (LEMO; LÉVY, 2010), e que salienta também a efervescência grupal com *ethos* específico (MAFESSOLI, 1998, p. 103) associado à tribalização, característica marcada pela vontade de estar junto em que sentimentos e experiências são compartilhados, formando uma “aldeia global” (MCLUHAN, 1998).

Raquel Recuero (2009), por sua vez, em seus estudos sobre redes sociais já explorou a relação delas com a formação do capital social. Para ela, as redes sociais funcionam como alusões da estrutura social composta por dois elementos: atores e conexões. Na rede podem ser observados padrões que são estabelecidos com base nas conexões de determinados

atores que fazem parte de um grupo social, formando estruturas sociais, posto que não se separa os atores da conexão. Por isso, na visão da autora, os estudiosos da área devem se preocupar em compreender como as estruturas se formam e de que modo se constituem mediante a comunicação mediada por computador. Ela propõe também um terceiro item intrínseco às conexões nas redes sociais, o já discutido capital social. No que tange esta ideia Recuero (2009) pontua que são valores que se constroem a partir da interação dos atores.

Apesar de aplicar às redes sociais o conceito de capital social proposto Coleman (1998) articulado às ideias de Putnam (2000), Recuero (2009) recorre também a Bourdieu (1983) para esclarecer o conceito deste tipo de capital. Ao se pensar neste último nota-se a presença de elementos como a ideia de pertencimento a um grupo, conhecimento e reconhecimento entre os participantes dele e as relações que se formam e são mantidas entre eles. Este capital, centrado nas relações entre os sujeitos, permite que o indivíduo obtenha vantagens na formação do capital simbólico e nas relações de poder (RECUERO, 2009). Por isso a autora não explora o conceito com base em Bourdieu (1983), visto que edifica-se sobre a luta de classes, bem como possui caráter individualista. A autora adiciona ainda reflexões de Bertolini & Bravo (2001) sobre o conhecimento do capital social incorporado a aspectos relacionais, normativos, cognitivos, de confiança e institucionais percebido a partir do conteúdo das relações para considera-lo:

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) (RECUERO, 2009, p. 50).

Ela pontua ainda que para que se compreenda o capital social na internet é necessário analisar o conteúdo das mensagens, bem como “as formas de interação nos diferentes sistemas” (RECUERO, 2009, p.53), porque o capital social contribui para a compreensão sobre os laços sociais, padrões de conexão entre os atores e o tipo de redes que são formadas. Acerca do exposto, é válido lembrar que as redes sociais não são o único instrumento de interação e apropriação de conteúdo e informações na *web*, existem ainda os mecanismos de busca, blogs, canais de vídeo, sites em formato *wiki*.

Ademais, tendo em vista a amplitude do conceito de interatividade, Alex Primo (2007) traz também importantes discussões na orientação da temática. Primo (2007) faz um recorte contextual em relação ao uso do termo, abandona a visão mecanicista e esclarece

concepções epistemológicas de McLuhan (1969) a Thompson (1998), bem como mercadológicas da interatividade para propor duas manifestações desta: a interação mútua, associada à participação interdependente de forma negociada e cooperada, e a interação reativa limitada ao processo de estímulo-resposta (PRIMO, 2007).

O autor reforça, ainda, a necessidade de se entender o que é o social dentro das redes sociais, e como os sujeitos se relacionam com a tecnologia e de que forma ela se relaciona com os primeiros. A partir desta lógica de articulação entre Sociologia e Tecnologia, Primo (2012) expõe que o social está em constante negociação, é fluído e transformado pelos atores humanos e actantes não humanos, tendo em vista que na visão do pesquisador a tecnologia não é uma intermediária que serve para registro e transmissão de informação. Ela faz diferença nas ações e influencia no conteúdo, já que “a mídia nestes casos não é um mero condutor de dados” (PRIMO, 2012, p.633).

Possíveis abordagens metodológicas

Percebe-se assim o quão multifacetado é esse tópico. Dessa maneira, diante do uso da internet na comunicação e o desenvolvimento de estudos acerca deste tema, surgiu à necessidade da elaboração de metodologias próprias que conduzissem as pesquisas no ambiente online. Com base nisto, Adriana Amaral (2011) oferece em seus estudos, subsídios para que se possa compreender os métodos para pesquisa deste tipo. Juntamente com Raquel Recuero (2011) e Suely Fragoso (2011), Adriana Amaral (2011) já discutiu as perspectivas metodológicas de pesquisa em internet desde o surgimento dos primeiros meios para a aplicação dos projetos até as características de abordagens qualitativas e quantitativas como etnografia virtual e análise de *hiperlinks* respectivamente (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). As propostas das autoras são importantes no entendimento e aplicação de métodos próprios para pesquisa na internet, seja do tipo quali, quanti ou uma articulação de ambos.

A princípio o método etnográfico aparece como o mais adequado para o diagnóstico aqui vislumbrado. Este, por sua vez, deriva da etnografia meio que conduz a interpretação do pesquisador a partir de contextos culturais e que cataloga, analisa e descreve determinadas práticas coletivas (POLIVANOV, 2013). Nesse sentido, é fundamental esclarecer que com o desenvolvimento da internet, pesquisadores enxergaram a aplicabilidade do método etnográfico também em ambiente virtual. No entanto, a etnografia virtual possui características próprias, posto que não é apenas uma transposição da

etnografia tradicional, que podem ser articuladas a outras metodologias como análise do discurso, análise de conteúdo, análises quantitativas e estudos de caso (AMARAL, 2009).

Assim sendo, Amaral (2009), ao citar Kozinets (2007) relembra as fases da pesquisa etnográfica na internet composta por: a *entreé* cultural, coleta e análise dos dados, ética na pesquisa e feedback com os membros do grupo (AMARAL, 2009).

É válido salientar também que Raquel Recuero (2009) sugere uma análise qualitativa como maneira de se compreender o contexto, relacionamentos e apropriações. Uma de suas propostas é a análise de conversação dentro das redes sociais, mais uma entre tantas metodologias que pode ser explorada pelos pesquisadores. De acordo com a autora, esse viés contribui para a compreensão de modo que “análise dos elementos pode oferecer pistas sobre como compreender os laços e o capital social construído pelos atores” (RECUERO, 2009, p.118).

Considerações Finais

Ainda assim, como a própria autora menciona a compreensão de tal problemática ainda se situa no patamar de pistas, o que demonstra a dificuldade falar de certezas quanto à socialidade e sociabilidade no ciberespaço, bem como os diversos tipos de capitais ali desenvolvidos e sua projeção e/ou reflexo das/ nas relações no mundo real. Dessa maneira, as ideias aqui expostas não pretendem esgotar os debates acerca do tema.

Na verdade, tal abordagem situa-se muito mais na tentativa de suscitar discussões, algumas delas que inclusive já se expressam em formas de questionamentos como: frente ao acesso e apropriação de conteúdos por meios digitais sujeitos de classificações econômicas distintas tem possibilidades semelhantes de formação do capital social, consumo cultural e do arcabouço simbólico? Isso pode implicar na amenização das relações de poder e dominação entre esses indivíduos? Se essa aproximação de classes existe, quais são as consequências em contexto on e off-line? Existem desdobramentos de tal processo do ponto de vista social e mercadológico, no que tange a comunicação das marcas com seus consumidores, bem como a formulação de produtos culturais que outrora poderiam ser pensados apenas em possibilidade de consumo monetário, e diante das tecnologias digitais da comunicação são elaborados tendo em vista o repertório e demais tipos de capital do público?

São apenas breves possibilidades que balizam uma discussão ampla e ontológica: os impactos da tecnologia na vida humana e social, algo que instiga pesquisadores a estabelecerem uma relação entre essa proposição e os relacionamentos, os comportamentos,

a coletividade, a construção da subjetividade, identidade, as coexistências do poder, hegemonia e dominação assim como tantos outros significados. A única certeza que se percebe é a do cenário: complexo e fértil no que tange as mais diversas interpretações sobre o imbricado fenômeno.

Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana. **Autonetnografia e inserção online**: o papel do pesquisador insider nas subculturas da web. Revista Fronteira (Cessou em 2008. Cont. ISSN 1984-8226 Revista Fronteiras (Online)), v. 11, p. 14-24, 2009. Disponível em: <http://www.rede.bz/wp-content/files/biblioteca/5037-16148-1-SM.pdf>
Acesso em: 07/12/2015

_____. **Etnografia na pesquisa em cibercultura**. Limites e insuficiências metodológicas. Revista USP, v. 1, p. 122-135, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13818/15636> Acesso em: 07/02/16

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura volume I, São Paulo, Editora Paz e Terra, 1999a

ECO, UMBERTO. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

FRAGOSO,S.; RECUERO,R; AMARAL,A.. **Métodos de Pesquisa para Internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. v. 1. 239

LEMOS, André. LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet**: Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010. 258p

LÉVY, Pierre. **O Que é o Virtual?** Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998

MCLUHAN, Marshall: **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 9 ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

MENDONÇA, M. L. de M. (Org.). **Mídia e Diversidade Cultural**. Brasília: Casa das Musas, 2010

POLIVANOV, Beatriz. **Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia?** Implicações dos conceitos. ESFERAS - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste, v. 2, p. 61-71, 2013 Disponível em: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/4621/3243> Acesso em: 03/03/16

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007. 240p

_____. **O que há de social nas mídias sociais?** Reflexões a partir da Teoria Ator-Rede. Contemporânea (UFBA. Online), v. 10, p. 618-641, 2012. Disponível em: <http://docslide.com.br/documents/o-que-ha-de-social-nas-midias-sociais-reflexoes-a-partir-da-teoria-ator-rede.html> Acesso em: 06/03/16

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** – Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és:** a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Revista FAMECOS, v. 1, p. 1-15, 2009 Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309/3879> Acesso em: 08/03/16

RÉGIS, Fátima. Prefácio. In: **Perspectivas da pesquisa em comunicação digital /** organizadores, Adriana Amaral, Maria Clara Aquino, Sandra Portella Montardo. - São Paulo: INTERCOM, 2010. p. 10-12

TEMER, A.C; NERY, V. **Para entender as teorias da comunicação.** 2 ed. Uberlândia: EDUFU, 2009.