

A RELEVÂNCIA DO CAPITAL SOCIAL PARA A EXPERIÊNCIA DE USO DA INTERNET:

Contributos para a análise da relação
entre comunidades e redes sociais

MANUEL JOSÉ DAMÁSIO

SARA HENRIQUES

CICANT

CENTRO DE INVESTIGAÇÃO EM COMUNICAÇÃO APLICADA, CULTURA E NOVAS
TECNOLOGIAS – UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS

Resumo

O capital social é um conceito conhecido e amplamente discutido no contexto das ciências sociais que tem sido explorado no passado em relação com as tecnologias da informação e da comunicação a propósito do potencial das mesmas para denegrirem formas tradicionais de interação e participação social e assim afectarem negativamente o capital social patenteado por um grupo social. As formas de organização social conhecidas como comunidades virtuais são normalmente apresentadas como exemplos destas novas construções sociais que emergem com a internet, sendo que as redes sociais são paralelamente consideradas como mecanismos potenciadores dessa virtualização da vida comunitária. O presente trabalho discute estes tópicos no contexto da relação entre comunidades face-a-face e comunidades virtuais com especial enfoque no papel que as redes sociais possam ter no reforço do volume de capital social apresentado pelas primeiras quando introduzidas ferramentas deste tipo no seu seio.

Palavras-chave

internet; Capital Social; Redes Sociais; Comunidade.

1. Introdução

O presente trabalho visa contribuir para uma melhor compreensão do papel do conceito de capital social na explicação da experiência contemporânea de uso da internet e eventuais consequências da mesma. O capital social é um conceito multi-

dimensional que integra a participação cívica, satisfação, confiança e envolvimento social como variáveis centrais e nos ajuda a perceber porque é que a satisfação e sucesso das pessoas está tantas vezes associada ao facto de elas estarem ligadas a mais pessoas.

O trabalho aqui apresentado está a ser desenvolvido no contexto do projecto MEDIACULT-PT - *Participatory culture and media usage* (PTDC/CCI/70893/2006 - Ciências da Comunicação e Informação) financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia.

Este trabalho procura relacionar o conceito de capital social com um dos elementos centrais da experiência social, a vida comunitária, e o papel da mesma no contexto de uma das formas actuais de manifestação comunicativa da internet, as tecnologias de redes sociais. Para além das relações mais ou menos óbvias entre cada uma destas áreas, procuraremos, no contexto de uma experiência particular de introdução de tecnologia junto de uma comunidade face-a-face, avaliar do potencial do conceito de capital social para explicar a relevância deste tipo de tecnologias no contexto actual de uso da internet, bem como o papel das mesmas no potenciar de algumas das consequências sociais mais relevantes de uso da internet, aquelas que dizem respeito ao envolvimento dos utilizadores entre si e destes com a internet (Rice & Katz, 2002).

A nossa hipótese central é a de que mais do que a participação ou o envolvimento cívico, a dimensão do capital social explorada pelas denominadas redes sociais, é aquela que diz respeito à satisfação do indivíduo, neste caso em função da posição que ocupa na rede em que se integra. Assim, o capital social passa a ser, não uma medida de avaliação exclusivamente social, mas também uma medida de avaliação comunicacional, que diz respeito, quer à literacia demonstrada pelo sujeito no uso do *medium*, quer à sua capacidade de, através desse uso, desenvolver actividades que lhe permitam melhorar a sua posição na rede. Complementarmente, pretende-se discutir se a introdução de tecnologia de acesso e uso da internet baseada em redes sociais numa comunidade face-a-face aumenta o volume de capital social produzido, nomeadamente na medida em que mantém laços sociais existentes.

Esta segunda hipótese de trabalho aponta para uma compreensão das redes sociais e do tipo de uso e acesso à internet que configuram, nomeadamente nalgumas das suas modalidades como o acesso móvel, como uma tecnologia que não privilegia o aumento de uma rede de contactos sociais, mas sim o reforço de uma rede existente com maior enclausuramento do sujeito nessa rede (Ling, 2008), excepção feita

eventualmente a contactos esporádicos que mantemos através desses meios procurando quase provar ao mundo que continuamos vivos e activos algures na nossa rede.

Algumas leituras apresentam o capital social como o conjunto dos recursos disponíveis para que os sujeitos possam prosseguir com as suas interacções sociais (Lin, 2001; Putnam, 2000) enquanto outros (Burt, 2005) enfatizam mais o papel do capital social na determinação da posição relativa de cada sujeito numa rede e as vantagens que resultam dessa posição.

Qualquer que seja a perspectiva que se adopte, e todas elas concordam que a manutenção e reprodução de capital social depende das interacções sociais dos membros de uma rede, a noção de capital social aponta para uma compreensão não determinista da tecnologia que indica que qualquer um dos seus resultados é consequência do processo de uso dessa mesma tecnologia e não de uma qualquer propriedade intrínseca que a mesma possua. Dentro desta perspectiva genérica, devemos distinguir entre autores como Bourdieu (1986) que preconizam uma visão de capital social enquanto variável colectiva partilhada por um grupo e dependente do valor social dessas conexões de cada elemento dentro do grupo, e autores como Coleman (1998) e Putnam (2000), que preconizam uma visão do conceito enquanto variável que se refere à estrutura social e às acções do sujeito no interior da mesma, com especial ênfase no caso de Putnam para aquelas acções que revelam de uma lógica de participação comunitária. Como conceito operativo, a noção de capital social aparenta possuir um potencial ímpar para facilitar a compreensão de processos de relacionamento social em redes sociais, qualquer que seja a sua natureza ou momento histórico.

Neste sentido, não se pretende com este trabalho defender um carácter “novo” para as tecnologias de redes sociais, nomeadamente quando utilizadas no contexto da temática “comunidade”, mas sim salientar a relevância dos processos de formação social para a configuração das mesmas. É nas actividades dos sujeitos individualmente motivados e não em exclusivo nas tecnologias de virtualização da experiência, que devemos procurar a explicação para a natureza dos constructos sociais que a internet faz surgir.

2. Capital social e redes sociais

A questão do capital social não deve ser encarada como uma oposição entre colectivismo e individualismo no contexto de uma rede de interacções (Ling, 2008), mas

antes como indicador de coesão e estabilidade. Assim, muitas das leituras menos positivas deste conceito a propósito da experiência da internet e das redes sociais (Valenzuela, Park, Kee, 2009) não podem ser reduzidas à verificação da aparente tendência destes meios para reduzirem a coesão social e reforçarem o individualismo, mas sim por oposição à discussão sobre o papel destas redes no contexto de laços sociais existentes ou a criar.

Contrariamente a outras formas de capital como o económico, o capital social não pode ser acumulado nem negociado, resultando daqui um esforço permanente do sujeito no sentido de garantir e melhorar os recursos que já possui. O capital social é assim uma medida do estado em que um sujeito se encontra, mas também daquele em que um sujeito deseja estar. Esta procura pela estabilidade do todo social está presente nos trabalhos de Bourdieu (Bourdieu, 1986) e no centro da sua concepção do capital social como elemento impulsionador de um altruísmo individual que leva a que cada um de nós procure com as suas acções contribuir para a coesão do todo. Entendemos aqui como estabilidade a atenção conferida à componente qualitativa de valorização do capital social em detrimento da noção de volume. Trabalhos posteriores de Coleman (1988) e Putnam (2000) vieram introduzir os conceitos de confiança, reciprocidade e participação, com destaque para o esforço do segundo em verificar a aplicabilidade do conceito em diferentes contextos efectivos da vida social e cultural norte-americana (Putnam, 2000).

Percebemos, assim, parte do problema com a aplicação da noção de capital social neste contexto. Por um lado, a emergência da internet e formas de sociabilidade associada é vista como elemento potencialmente dissuasor da coesão do tecido social existente, mas por outro lado, o facto de o conceito de capital social estar baseado na existência de redes sociais em que o indivíduo se integra em função de um conjunto de consequências individuais e colectivas que antecipa e para as quais está motivado, parece posicionar o mesmo como uma ferramenta de excelências para a análise do problema que nos ocupa, a saber, o potencial das redes sociais para gerarem experiências comunitárias com sentido e o papel da satisfação individual nesse mesmo processo.

Por satisfação entendemos a forma como os laços sociais existentes contribuem para o contentamento pessoal e a felicidade subjectiva. A satisfação tem de ser encarada como uma noção não científica, que entre outros factores aponta para uma convergência entre capital social e individualismo, dois elementos tantas vezes colocados em oposição (Ling, 2008).

A existência de paradigmas competitivos sobre o papel que a internet e tecnologias associadas desempenham face ao capital social está directamente associada com o surgimento de estudos que relacionam capital social com tecnologias da informação e que discutem a forma de medir o mesmo neste contexto (Lin, 2001). Se, por um lado, a internet potencia menos interações face-a-face, logo aparentemente valores inferiores de capital social, por outro lado, ela aparenta ter um efeito positivo sobre níveis de participação na vida comunitária (Blanchard, b, 2007).

Se aceitarmos que capital social deve ser medido como o volume de recursos existentes numa rede que podem potenciar a satisfação individual em função do lugar ocupado pelo indivíduo na rede, então podemos enunciar que os sites de redes sociais (SNS) constituem potencialmente ferramentas de reforço do capital social. Para que assim aconteça é no entanto necessário, e de acordo com a nossa hipótese inicial de trabalho, que essas mesmas tecnologias comunicativas sejam utilizadas em contexto comunitário.

3. Comunidades virtuais e comunidade face-a-face

A definição do que constitui uma comunidade, seja face-a-face ou virtual, tem sido objecto da atenção de múltiplos autores (McMillan & Chavis, 1986; Wenger, White, Smith & Rowe, 2005). A emergência da internet constituiu um novo desafio para as noções comumente aceites de comunidade e fez emergir discursos ora pessimistas ora negativistas sobre o seu potencial para promover novamente uma busca pelas origens, identidade e aspirações de determinadas estruturas comunitárias, existentes ou criadas em função deste novo *media* (Delanty, 2003).

Por comunidade entende-se um grupo de pessoas que interagem em conjunto com determinados objectivos comuns, e que por via desse processo passam a partilhar um sentido do real baseado nas convenções e referências aos factos e realidades exteriores adquiridas através do contacto com a comunidade. A pertença a uma comunidade implica a partilha de vivências e sentimentos, assim como dos interesses e finalidades comuns a todos os elementos (Shah, McLeod & Yoon, 2001; Blanchard, 2002; Wellman & Gulia, 2002; Joyce, 2003; Dutta-Bergman, 2005).

Uma característica central para a definição de uma comunidade é a existência por parte dos seus membros de um sentido de comunidade. McMillan e George (1986) apresentam uma definição do conceito de sentido de comunidade (*Sense of Commu-*

nity – SOC) focada em quatro elementos fundamentais – sentimento de pertença, influência, satisfação de necessidades e partilha de ligações emocionais – baseando-se no sentido de pertença e na importância de cada elemento para a funcionalidade global do grupo.

A prevalência de formas de comunicação mediada por computador (*computer mediated communication* - CMC) é um dos factores essenciais para a constituição de comunidades virtuais (Blanchard, 2002, 2004; Coleman, Lieber, Mendelson & Kurpius, 2008), grupos online relativamente estáveis, que fazem uso de tecnologias da comunicação possibilitadas nomeadamente pela internet, para mediar as suas relações interpessoais. Tal processo surge associado às dificuldades em manter uma ligação contínua sem o recurso a tecnologias que permitem ultrapassar barreiras físicas e geográficas, podendo mesmo assistir-se ao desenvolver de comunidades que não possuam qualquer tipo de contacto presencial, ou seja, cujos referenciais se desenvolvem unicamente online (Kollock & Smith, 2002). Tal processo não é particularmente original na medida em que cada novo meio de comunicação - o exemplo mais antigo seria o correio - permite quebrar precisamente tais barreiras físicas e geográficas aproximando sujeitos normalmente distintos.

Se uma comunidade é um conjunto de elementos que fornecem um amplo leque de apoios e ligações entre si, seja a mera troca de informação ou a gestão de processos mais complexos, como o apoio emocional ou a transferência de bens necessários, as comunidades virtuais distinguem-se por permitirem aos sujeitos realizar tais processos exclusivamente com recurso a tecnologias de comunicação. O modelo central de interacção que encontramos numa comunidade virtual é uma interacção entre sujeitos, mas estas comunidades também apresentem traços de interacção entre os sujeitos e documentos ou, eventualmente mais importante, entre os sujeitos e o próprio sistema.

De facto, o que parece constituir um elemento distintivo destas comunidades é precisamente a sua dependência da tecnologia que as suporta, gerando-se assim um fenómeno que podemos caracterizar como comum a outros efeitos de curto prazo dos meios de comunicação, ou seja, a dependência dos sujeitos face ao meio de comunicação em ordem à realização da possibilidade de executar determinada tarefa.

As comunidades virtuais podem ser analisadas, quer como um todo dinâmico em constante transformação (Blanchard, 2007), ou como estruturas funcionais geradoras de impressões online, relações virtuais e mecanismos de suporte à tomada de decisão. Qualquer que seja a abordagem seguida, há no entanto uma questão central que

não podemos evitar: qual é o processo de constituição destas comunidades e como é que elas se mantêm ao longo do tempo?

A medida central para a aferição das questões enunciadas parece residir na aplicação da avaliação de sentido de comunidade (SOC) às comunidades virtuais (SOVC – *sense of virtual community*). Se mecanismos sociais como a criação de amizades, compromissos, apoio, suporte social e emocional, troca de informações e opiniões são algumas das valências que este tipo de comunidade oferece aos seus membros, podemos como hipótese de base assumir que as formas de descrever uma comunidade serão exactamente as mesmas, quer estejamos a lidar com uma comunidade virtual ou com uma comunidade face-a-face, e, conseqüentemente, há entre os dois tipos de comunidades fenómenos de transferência que podemos identificar e que nos ajudarão a compreender melhor as primeiras.

Blanchard (2007) descreve quatro tipos de comunidades virtuais baseando-se na forma de comunicação, tempo de comunicação (síncrona/assíncrona) e formas de acesso das mesmas, afirmando que cada tipo de comunidade apresenta diferentes padrões comportamentais relacionados com as suas características inerentes. Blanchard identifica quatro grandes tipos de comunidades: *listservers*, *newsgroups*, *chatrooms* e *MOOs*. As comunidades *listservers* permitem uma comunicação assíncrona semelhante aos *emails*, em que os elementos do grupo necessitam de realizar uma inscrição para inclusão na comunidade e partilha de mensagens. Os *newsgroups* são semelhantes ao grupo anterior, contudo as mensagens e troca de informações ficam armazenadas num determinado local permitindo a sua consulta sempre que necessário, sendo que outros elementos conseguem aceder a parte da informação partilhada pela comunidade. Os *chatrooms* permitem comunicação em tempo real entre os elementos duma comunidade, normalmente organizam-se por temas ou interesses em comum. Os *MOOs* permitem igualmente comunicação em tempo real, sendo portanto necessários pelo menos dois elementos para que exista actividade/ comunicação, enquanto nas comunidades que permitem comunicação assíncrona um elemento pode realizar diversas actividades isoladamente. As comunidades de *MOOs* permitem a interacção com objectos, ícones expressivos como mediadores de comunicação entre os elementos.

As quatro categorias identificadas por Blanchard (2007) correspondem a tipos específicos de tecnologias de suporte à interacção em comunidade e não à identificação de modelos específicos de interacção. Assim, esta tipologia deve ser complementada por duas variáveis: o modelo de interactividade patenteado pela comunidade e o tipo de actividades que são exercidas pelos elementos das mesmas.

Uma experiência interactiva envolve três elementos distintos: os agentes que nela intervêm, o sistema que a mediatiza e a informação, ou conteúdos, que são trocados.

A interactividade é um conceito multi-dimensional, em que devemos distinguir três formas bem diferentes de interacção com e através de um *medium*: entre utilizadores – *user-user* – do utilizador com documentos – *user-documents* – e do utilizador com o sistema – *user-system* (McMillan, 2002).

A estas três dimensões de interactividade correspondem três tipos diferentes de modelos de controle: relacional ou interpessoal, do conteúdo e de um processo ou sequência. Relacional refere-se ao controle que possuo sobre os outros intervenientes no acto – controle deve aqui também ser entendido como o volume de informação que possuo. Controle sobre o conteúdo refere-se ao controle sobre o fluxo de informação, a sua sequência de apresentação e a forma como ela progride. Controle sobre um processo ou sequência, refere-se ao controle sobre o sistema e o *feedback* que dele recebo.

O computador e outros *media* digitais vieram acrescentar ao acto humano de comunicar novas possibilidades. Essas possibilidades variam funcionalmente de acordo com o volume de intervenientes e o controle que o sistema permite sobre as seguintes dimensões da experiência: tempo, local, destinatários e direcção da comunicação.

Conceber o sistema como um veículo da comunicação é totalmente diferente de o considerar como o destinatário principal do acto. Se encararmos o sistema como veículo, estamos a trabalhar ao nível da interacção entre utilizadores – *user-to-user* –. Se considerarmos a interacção entre o utilizador e o sistema – *user-to-system* –, então já devemos analisar o interface, em função da forma de interacção com o sistema, como categoria funcional substituta da direcção da comunicação ou por exemplo da natureza da audiência, no caso de estarmos a falar da interacção com documentos – *user-to-documents* – que obviamente promove o *feedback* e os mecanismos de avaliação partilhada.

Em função do papel que o interface possui no sistema e do controle que o utilizador exerce sobre todo o processo, podemos estabelecer quatro modalidades distintas de relacionamento entre um humano e um sistema.

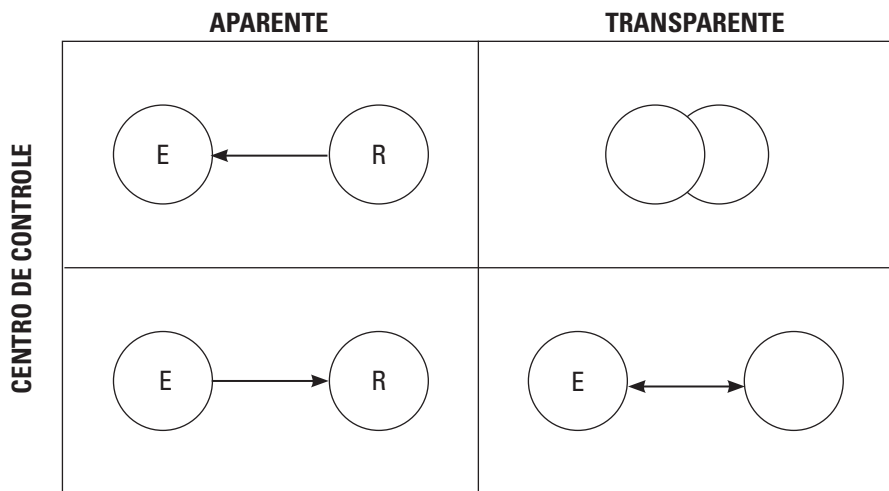
A comunicação directa com o computador representa sempre o nível mais básico de interacção e este relacionamento baseia-se sempre numa comunicação contínua entre os dois lados da equação. Determinar quem está a controlar a interacção, se o humano ou o computador, constitui uma premissa essencial desta relação.

Quando esta interacção com o meio vai além da comunicação e implica a exploração ou o uso didáctico, podemos considerar que estamos perante uma “transmissão

contínua de informação” que descreve este tipo de interacção exploratória. Esta interacção pode ser realizada sobre um interface que é totalmente transparente e se integra e adapta à experiência do utilizador, ou então sobre um interface que exige dele a máxima atenção e concentração. Se criarmos um quadro que sintetize estes vários elementos – intervenientes na interacção (humano e sistema) e funções (controle e interface) e suas respectivas propriedades, obteremos o diagrama ilustrado na figura 1:

- a. A interacção controlada pelo computador assume que este irá apresentar informação a utilizadores que se irão limitar a responder a essa informação. A interacção controlada pelos humanos assume um posicionamento mais activo da parte destes, que passam a recorrer às ferramentas à sua disposição para manipular o sistema e extrair informação. A manipulação de bases de dados corresponde a este tipo de interacção com o sistema.
- b. A interacção adaptativa também assume que é o computador que está a controlar o processo, mas contrariamente ao primeiro caso, aqui o sistema é mais responsivo e colaborativo. Os jogos de aventuras gráficas e algumas aplicações colaborativas para educação são excelentes exemplos deste tipo de sistemas.
- c. Finalmente, o estado de transmissão contínua de informação corresponderá ao estágio mais avançado de interacção com o sistema em que este é totalmente transparente ao utilizador. Os exemplos deste tipo ainda são muito escassos, e apenas algumas aplicações de realidade virtual tentaram ilustrar o conceito.

FIGURA 1 – DIMENSÕES DA INTERACÇÃO ENTRE HUMANOS E SISTEMAS.



Legenda - E – Emissor; R – Receptor; P - Participante

O modelo aqui apresentado permite-nos ajudar a definir de uma forma mais cuidada o conceito interactividade e relacionar o mesmo com a descrição de comunidades virtuais. Existem três tipos claramente distintos de interactividade – *user-to-user/user-to-documents/user-to-systems*. A interacção que melhor caracteriza as comunidades virtuais é aquela que recai simultaneamente na categoria de interacção com um sistema e entre utilizadores. No caso da interacção com o sistema, as variáveis “natureza e funcionalidades do interface” e “centro de controlo do processo” são os elementos essenciais do relacionamento entre os sujeitos envolvidos no acto, entre estes e o sistema e entre estes e os conteúdos informativos em circulação. No segundo caso, interacção entre utilizadores, os elementos nucleares são o sentido de controlo do processo de comunicação e o volume de interacções em funcionamento.

As comunidades virtuais evoluem na medida em que o papel do sistema é mais transparente e aumenta o volume de interacções em funcionamento com controlo partilhado. Face ao exposto teríamos então a tipologia descrita na figura

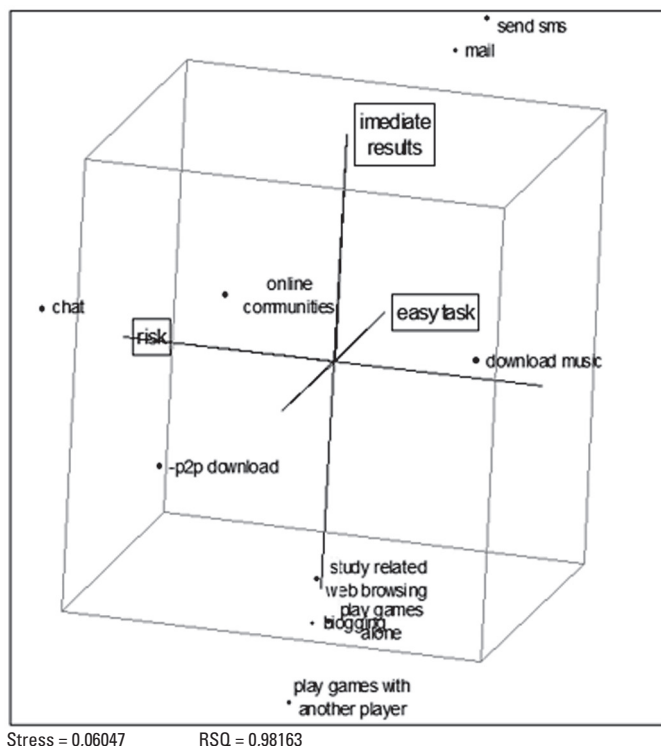
FIGURA 2 – TIPOLOGIAS COMUNIDADES EM FUNÇÃO MODELO DE INTERACTIVIDADE

		VOLUME	
CENTRO DE CONTROLE	Elevado/baixo volume (ex.interacções por mail)	Elevado/elevado volume (ex.mundos virtuais)	
	Reduzido/baixo volume (ex.newgroups)	Reduzido/elevado volume (ex.chatrooms)	

Estas quatro categorias identificadas podem ser comparadas com a tipologia de Blanchard, mas acrescentam-lhe uma variável central que nos permite considerar a dimensão de interacções em funcionamento numa comunidade e a existência de mecanismos de controlo dessas mesmas interacções, como elementos centrais para a descrição de uma comunidade, algo que trabalhos anteriores não consideravam.

O segundo aspecto que consideramos relevante refere-se ao tipo de actividades conduzidas pelos utilizadores de uma comunidade. Análises anteriores (Damásio & Poupá, 2008) permitiram-nos definir a representação gráfica do MDS (*multidimensional scaling*) representado na figura 3 que permite uma visão de conjunto das diversas actividades conduzidas pelos sujeitos na internet. A leitura do gráfico evidencia as relações de proximidade/distância perceptual entre as diversas actividades, assim como o posicionamento de cada actividade ao longo de dois eixos considerados: Esforço e Impessoalidade.

FIGURA 3 – LOCALIZAÇÃO DE COMUNIDADES VIRTUAIS FACE CONJUNTO DAS ACTIVIDADES CONDUZIDAS ONLINE



O mapa revela três áreas. A primeira é uma área que se situa nos quadrantes do lado esquerdo e agrega um conjunto de actividades que incluem *chat*, *messenger*, *mail*, hi5 e Youtube. É uma área de baixo esforço e baixos níveis de impessoalidade.

Esta área concentra as actividades que envolvem interacção com outros utilizadores e expressão pessoal. A segunda área situa-se nos quadrantes inferiores e inclui as seguintes actividades: ler blogues, ler jornais, construir sites e escrever em blogues. Esta área concentra actividades que implicam esforço. Os jogos encontram-se na fronteira destas duas áreas, provavelmente porque os jogos possuem níveis de complexidade muito diversos.

Da representação da figura 3 resulta que as comunidades virtuais não podem ser consideradas um grupo homogêneo no que se refere às actividades conduzidas pelos seus utilizadores. Temos assim um grupo que se caracteriza por baixo esforço e baixa impessoalidade e um outro grande grupo de alto esforço e baixa impessoalidade. A nossa hipótese define que no primeiro caso encontramos comunidades de uso pontual e difícil prevalência no tempo que são utilizadas essencialmente para tarefas genéricas de comunicação. Vamos apelidar este tipo de comunidades como comunidades *Soft*. No segundo caso encontramos comunidades de uso intenso e interesses específicos e vamos denominar este grupo como comunidades do tipo *Hard*.

No caso das redes sociais que têm vindo a ser abordadas ao longo do trabalho, se consideradas exclusivamente como ferramentas de comunicação, constituem comunidades *soft* ou seja, plataformas que potenciam interacções de baixo esforço normalmente relativas à manutenção de contactos esporádicos existentes ou à criação de novos contactos ocasionais sem qualquer expectativa de vínculo futuro.

Quando analisamos uma comunidade importa compreender as suas características particulares, dado que serão essas características que lhe conferem uma identidade própria. Tais características incluem o espaço social onde a comunidade emerge, as interacções partilhadas entre os seus elementos, os seus padrões de comportamento no que respeita ao tempo, espaço, objectos e participantes e a forma de manutenção/ desenvolvimento da comunidade ao longo do tempo, compreendendo que actividades e ferramentas são importantes para o seu crescimento e expansão.

Os três tipos de tipologias descritos nas figuras 1, 2 e 3 contribuem para esta descrição e enquadramento de diferentes comunidades.

Se o nosso principal esforço é compreender como é que as comunidades emergem e são mantidas ao longo do tempo, nomeadamente em função do capital social que geram, então a questão do uso torna-se, como vemos, crucial. O tipo de comunidades promovidas pelas actividades de baixo esforço serão comunidades com níveis muito baixos de capital social que não terão hipótese de sobrevivência ao longo do

tempo. Nestes casos teremos de concordar com Putnam (2000) e aceitar que o uso do medium individualiza a vida social e impede a formação de capital social. Se por outro lado, considerarmos que o uso destas tecnologias pode afectar positivamente comunidades face-a-face existentes (Joyce, 2003) na medida em que quebra barreiras temporais e especiais, então as próprias redes sociais podem ser potenciadoras de capital social transcendendo a própria definição de comunidade atrás enunciada (Lin, 2001).

O projecto *Digital future* da USC-Annenberg's (2007) detectou que 43% dos utilizadores da internet que são membros de comunidades online têm para com estas o mesmo nível de empatia do que para com as comunidades face-a-face a que pertencem. Outra conclusão do mesmo estudo, foi que o envolvimento em comunidades online conduz ao desenvolvimento de acções no mundo real. Embora não devamos confundir comunidades online com redes sociais – enquanto as primeiras correspondem a estruturas sociais as segundas correspondem apenas a tecnologias neutras de promoção de interacções sociais e comunicativas – devemos no entanto reconhecer em linha com este estudo, que parte destes dados se devem ao nível de envolvimento dos sujeitos em comunidades online precisamente por via do uso de redes sociais. De entre os sujeitos que maior potencial reportam para transformar as suas actividades online em activismo social, os jovens são aqueles que maior satisfação parecem encontrar no meio (Valenzuela e tal, 2009). Para este facto parece contribuir o tipo de relacionamento que este grupo, individualmente ou organizado em comunidades, desenvolve com o *media* internet através do seu uso.

4. As crianças e adolescentes e a sua cultura de uso dos media

Estudar a população infantil e o uso, tradicional e original, que fazem dos media é estudar algo que não é estático (Livingstone & Bovill 1999) e que se distingue por estar em contínua evolução no que respeita à complexidade a nível do ambiente media experienciado. Tal como refere Drotner (2008) o desafio quando se trabalha com crianças e tecnologias de informação e comunicação reside em abordar a pluralidade empírica que os caracteriza com a complexidade teórica e metodológica necessária. Como forma de dar resposta a esta questão, a autora refere que a investigação neste campo deve considerar os diversos *media* com que a população infantil interage e não apenas um, deve abordar as práticas online e offline e não apenas uma das

vertentes, e ainda perspectivar os diversos contextos em que as crianças estão inseridas como um todo – escola, casa, família, amigos. Desta forma, a autora enfatiza a globalidade dos processos e objectos e consequentes ligações entre os mesmos, e não apenas um processo ou ferramenta em particular, uma vez que cada vez mais assistimos à fusão de processos de recepção e produção essencialmente quando falamos da população jovem.

Em linha com estas recomendações, o projecto de investigação *Young People New Media* (1999) de Sonia Livingstone e Moira Bovil chama atenção para os significados, usos e impacto dos *media* na vida quotidiana de crianças e jovens entre os 6 e 17 anos. As autoras optam por contextualizar e analisar o uso dos *media* na vida das crianças e jovens, recorrendo a métodos qualitativos e quantitativos, desenvolvendo perspectivas acerca do construto de ambiente nos *media* que parece associar-se e adequar-se de forma positiva às relações estabelecidas entre a população infantil e as diversas tecnologias de informação e comunicação: “Em qualquer tentativa de analisar mudança social ocorrida numa determinada população, o conceito de ambiente é fundamental por duas razões. Primeiro, as mudanças ocorridas no ambiente dos *media* transformam as práticas a realizar. Segundo, as próprias práticas mediam a apropriação dos novos *media* no dia-a-dia (1999:3)”.

UK Children Go online project (2005) é outro projecto, coordenado pela mesma autora em parceria com Magdalena Bober, que se debruça sobre esta problemática, focando-se no uso das novas tecnologias, nomeadamente a internet, por crianças entre 9 e 19 anos. O projecto apresenta dados sobre o uso da internet de 1.511 crianças e jovens e 906 pais, recolhidos com base em abordagens qualitativas e quantitativas. Mais recentemente, o projecto *EU Kids online* (2006-2009), igualmente coordenado por Livingstone a nível Europeu, incluindo a participação de 21 países, apresenta uma visão sobre a pesquisa cultural e contextual dos riscos e oportunidades que a internet oferece às crianças e jovens.

Outros contributos a realçar no estudo desta problemática foram oferecidos pela pesquisa e trabalho desenvolvido por David Gauntlett, nomeadamente aqueles em que foi solicitado aos participantes que criassem eles mesmos conteúdos ou ferramentas ligadas aos *media* como parte dos instrumentos de investigação, invertendo o processo comumente utilizado, baseado apenas na verbalização pelas crianças da experiência que vivenciam na utilização dos *media*, tais como inquéritos, entrevistas ou focus grupo. O autor perspectivou esta forma de pesquisa, criação de ferramentas ou artefactos, como sendo mais enriquecedora e capaz de responder mais eficaz-

mente aos problemas colocados assim como uma forma que permite aceder às representações da população em estudo dando espaço para o desenvolver da criatividade.

Também nos Estados Unidos, organizações como Pew Research Center - *Pew internet & American Life Project* têm desenvolvido um programa de pesquisas consistentes sobre o impacto do uso da internet em crianças, famílias, comunidades, trabalho/emprego, escolas, cuidados médicos, participação cívica entre outras dimensões da vida social. De entre as diversas investigações que têm vindo a ser apresentadas, duas têm uma relação directa com os propósitos a que se coloca este estudo: a investigação *Teens and Social Media* (Lenhart, Madden, Macgill & Smith, 2007) e a investigação *Teen Content Creators and Consumers* (Lenhart & Madden, 2005) com o objectivo de avaliar os interesses, competências e frequência de uso e criação de conteúdos online entre adolescentes dos 12 aos 17 anos.

5. Estudo de uma comunidade face-a-face

5.1 Desenho de investigação

A investigação do presente projecto realizou-se por fases, dada a sua natureza longitudinal, iniciando-se com um estudo exploratório e descritivo das comunidades a analisar baseado na técnica etnográfica. Este método permitiu aceder às características individuais de cada comunidade, focando-se essencialmente no sentido de comunidade e no capital social produzido pela mesma, assim como à identificação de pré-requisitos necessários para a construção de uma plataforma on-line que contemple as necessidades e motivações de uma comunidade no seu todo. Durante esta fase foram desenvolvidas diversas actividades no sentido de construir uma ferramenta que fosse de encontro aos objectivos de cada comunidade desde entrevistas, questionários, observação participante, análise de outras ferramentas de comunicação já utilizadas pela comunidade (procurando perceber como eram percebidas e que falhas lhes eram apontados a nível de funcionalidades), análise dos conhecimentos e áreas de interesse e por fim co-construção da estrutura visual da plataforma através de diferentes técnicas conforme a comunidade em questão. Numa segunda fase, e considerando toda a informação recolhida anteriormente, foi desenvolvida uma plataforma para cada comunidade com intuito de produção de informação, distribuição e partilha assim como de outras funcionalidades de comunicação, sendo a plataforma usada de forma monitorizada permitindo analisar a produção de conteúdos e de

relações entre os elementos da comunidade. A terceira fase do projecto teve como objectivo o desenvolvimento de diversas actividades na plataforma, iniciando-se as mesmas de modo partilhado entre os investigadores e os elementos da comunidade, sendo que estes foram nesta fase orientados no domínio da ferramenta e suas funcionalidades, permitindo que a responsabilidade e acção passe progressivamente para a própria comunidade, iniciando-se processos de participação activa nas actividades desenvolvidas através da plataforma.

A quarta fase, baseia-se na análise das mudanças ocorridas na comunidade com a introdução da plataforma através de uma metodologia diversificada a nível qualitativo e quantitativo – observação participada, monitorização das actividades desenvolvidas na plataforma e inter-relações realizadas com apoio na mesma, *focus group* apoiados em aspectos específicos e relevantes e de alguma forma associados à produção de capital social e envolvimento na comunidade, nova aplicação das escalas de sentido de comunidade, neste momento na vertente comunidade virtual, e novo inquérito sobre capital social. Estes métodos permitem realizar uma comparação e uma permissa causal entre os valores obtidos antes e depois da introdução da plataforma, assim como permitem realizar uma análise sobre as competências da comunidade para apropriação de uma ferramenta de comunicação on-line. O estágio final do projecto caracteriza-se pela análise das actividades participativas desenvolvidas pela comunidade na plataforma e reflexão sobre as mesmas no sentido de perceber se se verifica uma transformação na comunidade, uma mudança, causada pela introdução de novas formas e possibilidades de comunicação oferecidas pela internet e redes sociais, e se as mesmas conduziram ao desenvolvimento de ligações emocionais e de suporte social intra-comunidade assim como aumento de uma cultura de partilha de conhecimentos e informação via ferramentas de comunicação virtual. Numa perspectiva geral, o projecto que tem vindo a ser desenvolvido inclui a participação de quatro comunidades com diferentes competências e conhecimentos a nível das novas tecnologias, assim como caracterizados por distintas dinâmicas funcionais, sendo que o presente trabalho se foca apenas numa das comunidades – a comunidade infantil.

5.2 A comunidade Infantil – Resultados

Caracterização da comunidade

A comunidade infantil é constituída por uma comunidade educativa da região de Lisboa e essencialmente por duas turmas do 4º ano do 1º ciclo, que compreende um

total de 30 alunos entre os 8 e 9 anos de idade (média de idades=8.8), quinze alunos do género masculino e 15 alunos do género feminino. No geral a comunidade educativa integra alunos, desde o pré-escolar ao final do 1º ciclo, respectivos encarregados de educação, comunidade docente, não docente pertencente à administração do colégio e funcionários de apoio a diversas vertentes.

Segundo o projecto educativo referente ao ano lectivo 2009/2010, o colégio apresenta como pressupostos pedagógicos um equilíbrio entre o moderno e o antigo, incluindo diversas ferramentas de ensino ligadas às novas tecnologias, como aulas multimédia interactivas, assim como estratégias de ensino mais ligadas à exposição e partilha de conhecimento entre professor e alunos, preocupando-se em colocar as crianças no centro da aprendizagem enquanto alunos que aprendem mas que possuem também conhecimentos. O colégio procura desenvolver o sentido crítico e construtivo, a autonomia e responsabilidade pelas acções próprias, cidadania, solidariedade, auto-conceito e auto-confiança. Para além de todas as componente curriculares, os alunos dispõem de actividades extracurriculares nas quais podem participar, desde as mais ligadas a áreas do saber (inglês, informática, expressão artística) às mais ligadas ao desenvolvimento da psicomotricidade (judo, ballet e ginástica). É de referir que os alunos do colégio possuem contacto com as novas tecnologias, particularmente computador e internet, a partir dos 4 anos de idade possuindo algum conhecimento prático, tanto ligado a uma componente mais lúdica como de saber, apresentando autonomia em variados processos e funcionalidades. A maioria dos alunos pertence a um nível sócio-económico médio/ alto, possuindo computador com acesso à internet em casa, utilizando e-mail e a ferramenta Escola Virtual* para manter comunicação fora dos momentos de contacto presencial em contexto educativo.

Através de entrevistas e questionários realizados às crianças em contexto de sala de aula pela equipa de investigação, é possível enumerar como programas aplicativos do conhecimento das crianças o Paint, Word e Power Point, e sites web Google, MSN, Escola Virtual, You-Tube, iTunes e espaços de jogos – Crayon, Brincar.pt, Jogos10, Eu sou Criança, Mil Jogos, MiniClip, Polly, Sítio dos Miúdos. Foi realizado igualmente um levantamento das actividades realizadas pelos alunos nos seus tempos livres tendo surgido como actividades preferidas (apresentadas por ordem de preferência): jogos de grupo, jogos de tabuleiro, jogos no computador, ver televisão, fazer desenhos, jogos na Playstation, fazer *puzzles*, cantar e tocar instrumentos, brincar com bonecos em casa, brincar ao ar livre, ler, brincar com animais, contar anedotas e adivinhas.

Os padrões comportamentais da comunidade assentam essencialmente no processo ensino-aprendizagem e nas relações estabelecidas entre os alunos e entre toda a comunidade escolar em horário laboral, chegando a ultrapassar, neste momento, esse espaço e tempo pré-definidos para variarem conforme motivação e necessidade da comunidade. O processo de manutenção da comunidade passa fundamentalmente pelas aulas e momentos lúdicos realizados durante todo o ano lectivo, as relações que aí se estabelecem e actividades que advêm. A comunidade funciona como um todo auto-regulador das suas funções e processos, existindo no entanto uma hierarquia de funções que se baseia no estatuto de cada elemento para a funcionalidade geral da comunidade, o que atribui diferentes tipos de poder e conduz a diferentes acções intra-comunidade.

5.3 Medidas de Análise: Sentido de comunidade e Capital social

Sentido de comunidade

Ao longo do projecto são utilizadas duas medidas centrais como forma de análise quantitativa do sentido de comunidade patente entre todos os elementos – *Sense of community de Chavis* (SOC-1986) e *Sense of virtual community de Blanchard* (SOVC-2007). Antes da introdução da plataforma online na comunidade foi aplicada a escala SOC, visto tratar-se de uma comunidade face-a-face, cuja interacção decorre maioritariamente de forma presencial sem recurso a ferramentas tecnológicas. A escala permite medir o sentido de comunidade numa escala de 1 a 12 valores, englobando quatro subdimensões: sentido de pertença, influência, satisfação de necessidades e partilha de ligações emocionais. O procedimento de validação da tradução da escala foi realizado por processo de tradução-retroversão-tradução. A escala compreende doze afirmações às quais os sujeitos devem responder com “verdadeiro” ou “falso”, consoante a sua interpretação pessoal sobre os factores abordados na questão.

Tal como se pode observar na figura 4 e 5, os resultados da aplicação da escala apresentam um forte sentido de pertença entre elementos da comunidade colégio, tendo-se obtido 74% de itens com resposta positiva ($n=25$) e uma média de nove respostas positivas por cada elemento em 12 possíveis. É possível notar também que o valor central da distribuição é bastante elevado (mediana =9) assim como o valor mais frequente entre os elementos da amostra (moda =9).

A dispersão dos dados, no que respeita às respostas positivas, é pequena, notando-se, numa primeira observação, que a variância é reduzida ($S^2=2$) assim como a amplitude interquartilica ($AIQ=2$), e os valores apresentados no percentil 25 e percentil 100 variam entre 8 e 12 respectivamente. Desta forma, é possível referir que 75% das

respostas positivas se encontram acima de 8 valores, podendo os dados variar de 0 a 12. Os valores de mínimo e máximo encontrados nas respostas positivas e negativas também são relevantes para a análise, encontrando-se uma variação entre mínimo e máximo nas respostas positivas de 4 para 12 valores, o que significa que todos os elementos da amostra apresentam pelo menos 4 respostas positivas, chegando haver elementos com o máximo de respostas positivas (12).

Reportando-nos às dimensões de análise da escala apresentados na figura 6, evidenciam-se como mais poderosas as dimensões companheirismo e partilha de ligações emocionais, seguidas da dimensão satisfação de necessidades e por último da dimensão influência que apresenta valores próximos de respostas afirmativas e negativas.

FIGURA 4. ITENS COM RESPOSTA POSITIVA/NEGATIVA PARA COMUNIDADE

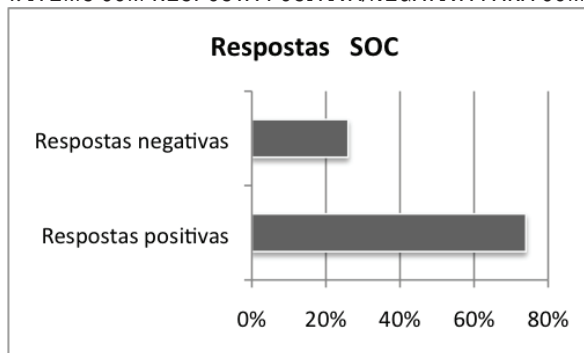
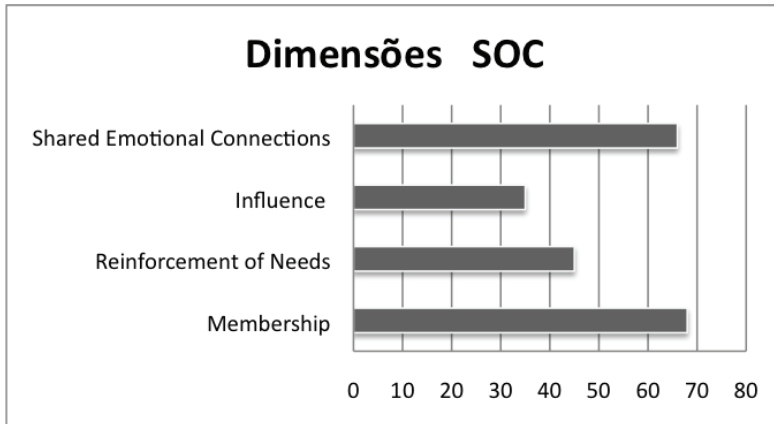


FIGURA 5. RESULTADOS SOC

		SENTIDO DE COMUNIDADE COLÉGIO - 2009/2010	
		RESPOSTAS POSITIVAS	RESPOSTAS NEGATIVAS
N		25	25
Média		8,88	3,12
Mediana		9,00	3,00
Moda		9	3
Variância		2,360	2,360
Mínimo		4	0
Máximo		12	8
Soma		222	78
Percentis	25	8,00	2,00
	50	9,00	3,00
	75	10,00	4,00
	100	12,00	8,00

FIGURA 6. VALORES DE SUB-DIMENSÕES SOC



Capital Social

O capital social foi avaliado através de um inquérito construído com base na definição do constructo discutida na revisão de literatura e respeitando alguns aspectos metodológicos relacionados com medição do mesmo em comunidades infantis. Diversos autores (Harpham, 2005; Lin, 2001) comentam que existe uma lacuna a nível teórico e empírico na investigação deste conceito associado à população infantil, referindo que as investigações realizadas têm procurado partir do significado e importância do conceito na comunidade para construção de instrumentos de medida que procuram de alguma forma ultrapassar as limitações referidas e contribuir para o conhecimento acerca deste fenómeno. A análise do capital social neste projecto é realizada com base em diferentes metodologias qualitativas e quantitativas, sendo o inquérito construído um exemplo de análise quantitativa, à qual acrescentamos contributos de análises qualitativas, tais como observação participada, entrevistas individuais e *focus groups*. O inquérito desenvolvido distingue entre capital social estrutural e cognitivo, tal como realizado noutros estudos (Harpham, 2003; Uphoff, 1999; Cullen & Colletta, 2000; Putman, 2000; Farrel, Collette & Tennet, 2002) e aborda cinco dimensões consideradas centrais para a comunidade: sentimentos de segurança (Coleman, 1988; Field, 2008; Sculler, Baron and Field; 2000, Collier, 1988; Cox, 1997), tolerância à diversidade (relacionado com conceito de solidariedade de Harpham, 2003; Farrel, Collette & Tennet, 2000; Collier, 1998), participação em activi-

dades da comunidade (ser activo na comunidade e estar envolvido em assuntos respeitantes à mesma, Coleman, 1988; Putman, 2000; Harpham, 2003), interações intra-comunidade, associada a relações sociais e ligações em redes sociais (Putman, 1995; Collier, 1998, Field, 2008); altruísmo ou solidariedade (Bourdieu, 1986; Harpham, 2003; Narayan & Cassidy, 2001).

O inquérito é constituído por quinze afirmações às quais as crianças respondem numa escala de um a cinco valores através da escolha de uma das múltiplas respostas oferecidas, tendo em conta o nível de concordância com a situação enunciada. Todas as afirmações estão operacionalizadas, ou seja, apresentam uma questão prática do quotidiano das crianças às quais se dá uma resposta procurando perceber que nível de concordância é manifestado pela comunidade com essa resposta.

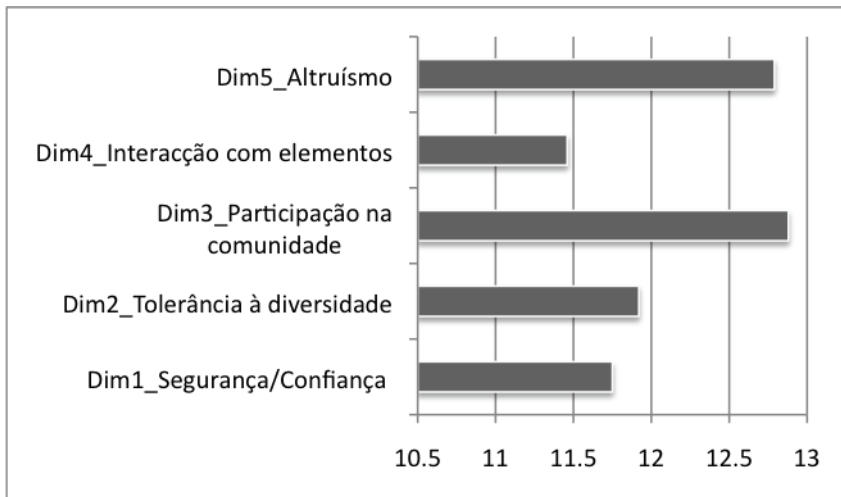
Na figura 7 é possível observar os resultados descritivos alcançados com aplicação do inquérito na comunidade infantil. Os resultados respeitantes ao capital social total (último item que reflecte os resultados gerais da escala) correspondem à análise dos dados na comunidade e apresentam uma média de 4 valores e uma mediana ligeiramente mais alta (4.2). Estes valores sugerem que a comunidade partilha um valor alto de capital social, uma vez os dados podem variar entre 1 e 5. A variância apresentada nas respostas obtidas é bastante reduzida, sugerindo igualmente uma estabilidade/proximidade nas respostas aos itens por todos os elementos. No que respeita às questões colocadas aos elementos da comunidade é possível observar que a questão com média mais alta é a questão 10 (Q10: média=4.67) que corresponde à dimensão altruísmo, e a questão com média mais baixa é a questão 14 (Q14: média=2.75) que corresponde à dimensão tolerância à diversidade, sendo no entanto um valor central dado que a escala a variação possível da escala. Desta forma, também as médias das questões apresentam uma amplitude bastante reduzida ($D=1.92$). Ainda reportando-nos às questões do inquérito, a figura 7 mostra que a mediana varia entre o valor 3 e 5, valor médio e mais elevado da escala.

FIGURA 7. RESULTADOS CAPITAL SOCIAL

	Questionário Capital Social
Média	4.25
Mediana	4.5
Variância	0.378

No que respeita às dimensões do capital social analisadas, apresentadas na figura 8, os resultados são bastante próximos contudo apresentam como mais poderosas as dimensões altruísmo e participação nas actividades da comunidade. Estes dados, para além do valor que possuem como indicadores do volume de capital social patenteado pela comunidade e dimensões mais relevantes nas dinâmicas funcionais da comunidade, são informação interessante para a organização e planeamento de actividades a realizar com recurso à plataforma online para comunicação e partilha de informação na comunidade. A figura seguinte ilustra os resultados obtidos nas dimensões.

FIGURA 8. RESULTADOS DIMENSÕES DE CAPITAL SOCIAL



5.4 Actividades desenvolvidas com a comunidade

Desenho participativo para criação da plataforma “WebSite os Amigos”

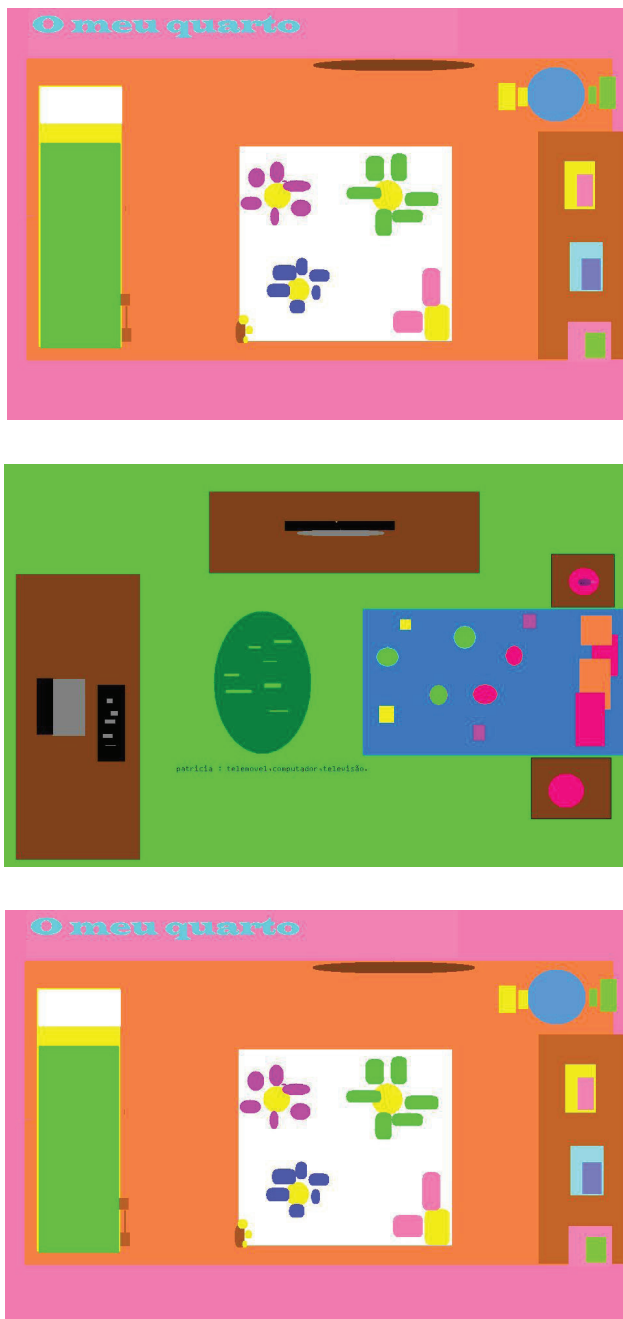
Com o objectivo de construir uma plataforma de comunicação e partilha de informação que reúna os requisitos necessários para ir ao encontro do interesse e motivações das crianças e que fosse similar em termos de funcionalidades a uma rede social, foram realizadas algumas actividades. Essas actividades procuraram analisar os conhecimentos prévios das crianças em relação às novas tecnologias, em particular com o computador e internet, realizando-se sessões de *focus group* sobre plataformas, *websites* e aplicações já utilizadas pelas crianças onde se discutiram os limites dessas mesmas aplicações a nível de funcionalidades que oferecem assim como foram também realizadas sessões que deixaram transparecer as competências das crianças a nível da manipulação do computador e familiaridade com os novos *media* (desenho dos *media* que possuem no quarto). Foi analisada também a compreensão pelas crianças dos conteúdos escolhidos para o site (testes de usabilidade) e realizado o desenho participativo da *home page* onde as crianças assumiram o papel de co-autores e futuros utilizadores da plataforma (clientes) em parceria a restante equipa, vários *webdesigners*, dois professores da comunidade e a equipa de investigação. Todas as sessões tiveram lugar de Março a Junho de 2009.

No que respeita a actividade de desenho dos *media* que possuem no quarto é possível observar que as crianças possuem contacto diário com diversos *media* de

forma relativamente livre, uma vez que os possuem no seu espaço pessoal - o quarto. Os *media* que mais aparecem representados nos desenhos das crianças são consolas, computador, televisão, rádio, leitor de cd e dvd, telemóveis, entre outros equipamentos. Desta forma, os *media* representados fazem parte do quotidiano das crianças que a eles recorrem no sentido de satisfazer as suas necessidade tanto a nível lúdico como educacional (realização de trabalhos escolares). Nos desenhos apresentados na figura 9 podemos observar a disposição de alguns *media* no quarto como instrumentos de fácil e constante acesso, tornando-se ferramentas de referência na resolução de questões e conflitos que possam surgir na vida diária da criança. Vários estudos têm abordado esta problemática, sendo que num relatório recente (Kids'Lab, 2008) se refere que uma em cada quatro crianças portuguesas de oito anos tem seis meios de comunicação no seu quarto, sendo que cerca de 45% das crianças tem televisão, 40% tem computador e 30% possui leitor de cd, dvd ou rádio no quarto. Este estudo envolveu a participação de 936 crianças e 803 pais através de aplicação de inquéritos, conversas e desenhos e corrobora os resultados encontrados na comunidade infantil que participa nesta investigação. Todas as crianças da comunidade em estudo referem que os *media* possuem um papel central na sua vida diária, por isso a necessidade de os possuir no seu espaço particular. É de referir também que todas as crianças da comunidade possuem igualmente telemóvel pessoal.

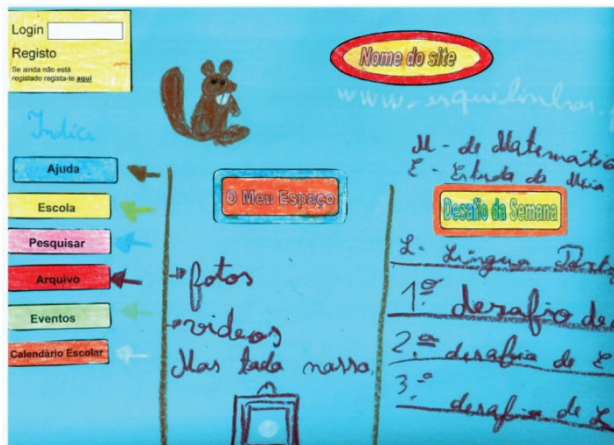
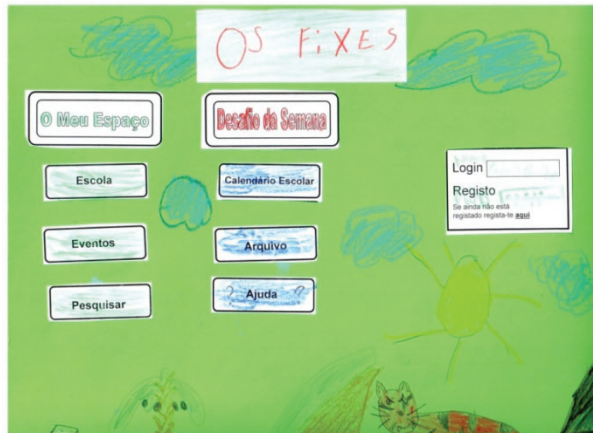
O desenho dos quartos foi realizado através de uma aplicação digital deixando transparecer uma facilidade na utilização de aplicações computacionais uma vez que as crianças optaram por desenhar o quarto e todos os pormenores que consideraram importantes respeitando formas e cores. A figura seguinte apresenta alguns dos desenhos realizados pelas crianças.

FIGURA 9. DESENHOS DO QUARTO



A actividade de desenho participativo teve lugar após a definição dos conteúdos e funcionalidades a disponibilizar na plataforma solicitando-se a construção de diferentes propostas de *homepage* para o *site* procurando-se aceder, deste modo, tanto às expectativas das crianças no que respeita à plataforma assim como às representações e conhecimentos que possuem sobre web sites. Apresentam-se de seguida algumas dessas propostas (figura 10).

FIGURA 10. PROPOSTAS DAS CRIANÇAS PARA HOMEPAGE



A principal conclusão desta actividade é de que o nome do *site* deve estar no topo da página, bem como o *login*. As crianças têm ainda a expectativa de que os conteúdos mais actuais (“desafio da semana”) ou pessoais (“o meu espaço”) estejam numa área de grande visibilidade. Estas “expectativas”, a par da organização da informação em colunas e por categorias, são o resultado da sua familiaridade com a internet e os novos *media* em geral, deixando transparecer um detalhado conhecimento sobre a organização e estrutura visual de *websites*. No que respeita às funcionalidades que as crianças preferem disponibilizadas na plataforma são referidas essencialmente actividades participativas: “(...) *upload* de fotos de visitas de estudo, (...) *download* e *upload* de videos e filmes, um calendário escolar, (...) acesso ao Skype (ferramenta de voz), local para conversarem e verem quem está on-line e e-mail individual”. Note-se que estas actividades correspondem às actividades identificadas na secção 3 como sendo actividades de baixo esforço.

6. Conclusões

Recordando o objectivo central do estudo, que se baseia na exploração e análise da relação entre capital social e comunidades face-a-face e virtuais, podemos mencionar que os resultados alcançados indicam a existência de uma correlação positiva entre o uso de internet e capital social patenteado por uma comunidade, nomeadamente quando se valoriza a especificidade das actividades realizadas pelos utilizadores (informativas, recreativas ou de comunicação) em detrimento do tipo de ferramentas utilizadas. Os resultados apontam também uma relação positiva entre baixos níveis de interações face-a-face e o uso de uma ferramenta tecnológica, o que nos indica que, no caso da existência de uma ferramenta tecnológica no seio de uma comunidade, e verificada a manipulação positiva dessa mesma ferramenta, a comunidade, ainda que face-a-face tem tendência para recorrer à ferramenta como instrumento de manutenção de processos de comunicação. Tal facto sustenta a hipótese de que as redes sociais funcionem essencialmente como mecanismos de extensão de contactos face-a-face, sustentando os sujeitos por seu meio um sentimento de “presença” junto de outros sujeitos de quem se encontram distantes temporal e espacialmente.

Estes dados vêm suportar a nossa hipótese inicial que argumenta a existência de uma relação positiva entre capital social e uso da internet, ou sites de redes so-

ciais (SNS), oferecendo evidências de que tais associações se verificam mas que variam de acordo com o tipo de actividades realizadas e respeitando a ideia de que os diversos utilizadores, neste caso, os elementos da comunidade, procuram obter vantagens, através da ferramenta tecnológica, na participação e inclusão nas relações face-a-face que partilham com os restantes elementos da comunidade. Essas vantagens estão directamente associadas à satisfação dos elementos da comunidade, conceito abordado na discussão de literatura, intimamente relacionado com a produção de capital social.

Os resultados apontam também como mais significativas e capazes de melhor promover a produção de capital social, no caso de comunidades de crianças e jovens, as actividades que se associam ao uso da internet para processos e fins educativos, actividades essas que conseguem estabelecer uma ligação duradora entre interacções presenciais e virtuais, promovendo a manutenção da comunidade.

Não podemos concluir, nem foi nossa intenção fazê-lo, a existência de uma relação causal e directa entre a utilização da internet e o capital social. O que podemos concluir é que as actividades realizadas pelos elementos de uma comunidade, e não a natureza da tecnologia utilizada, têm uma relação directa com a produção de capital social nessa determinada comunidade e ainda, que existe uma correspondência entre sentido de comunidade e produção de capital social.

Tal conclusão aponta para uma nova direcção de investigação relativa ao papel que os processos de centralização de controlo dos meios vs descentralização (Coul-dry, 2009), têm na transformação da internet num meio de comunicação de massas com características similares, nomeadamente no que se refere à sua capacidade de agregar capital social, patenteadas no passado por outros *media*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanchard, A. (2007), Testing a model of sense of virtual community. *Computers in Human Behavior*, 24: 2107–2123.
- Blanchard, A. (2007, b), Developing a Sense of Virtual Community Measure. *CyberPsychology & Behavior*, 10 (6): 827-830.
- Blanchard, A. & Markus. (2002), Sense of Virtual Community – Maintaining the Experience of Belonging”. 35th Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE Computer Society.
- Bourdieu, P (1986), The forms of Capital, in *Handbook of theory and research for the sociology of education*, editado por Richardson, J, Wesport: Greenwood press.

- Collier (1998), *Social Capital and Poverty*. World Bank.
- Coleman, R., Lieber, P., Mendelson A., and Kurpius D. (2008), Public life and internet: if you build a better website, will citizens become engaged?. In *New Media & Society*. Sage publications, 10, 2: 179-202.
- Coleman (1988), Social capital in the creation of human capital. In *American Journal of Sociology*, 94: 94-120.
- Cox (1997), Building social capital. In *Health Promotion Matters*, 4: 1-4.
- Coleman, R., Lieber, P., Mendelson A., and Kurpius D. (2008), Public life and internet: if you build a better website, will citizens become engaged. In *New Media & Society*. Sage publications, 10(2): 179-202.
- Coleman (1988), Social capital in the creation of human capital. In *American Journal of Sociology*, 94: 94-120.
- Couldry, N. (2009), Does the Media have a future. In *European Journal of Communication* 24(4): 437-449
- Damásio, Manuel & Poupa, Carlos, (2008), Understanding on-line audiences: new research approaches. In *Media Psychology review*, issue 1. Disponível on-line em http://www.mprcenter.org/mpr/index.php?option=com_content&view=article&id=166&Itemid=131
- Delanty, G. (2003), *Community*, London and New York: Routledge.
- Drotner, K. (2008), Leisure Is Hard Work: Digital Practices and Future Competencies. In Buckingham, D. (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Farrel, Collette & Tennet (2002). Social Capital and early childhood education. In *Australian Journal of Early Childhood*, 27. Disponível em: <http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=KrYdwLJT5zJN0LD3cRLZ5nyQTCFJKP49gzw8VP67b079GMM57zW3!-867286801!568259201?docId=5000665836>
- Field (2008), *Social Capital – Key ideas*. 2nd Edition. London and N.Y.: Routledge: Taylor & Fancis group.
- Gauntlett, D. (2004), Using new creative visual research methods to understand the place of popular media in people's lives. Oral communication *IAMCR 2004*, Porto Alegre, Brazil, July 2004.
- Hagel, J., and Armstrong, A. (1997), *Net gain: Expanding markets through virtual communities*. Boston MA: Harvard Business School Press.
- Harpham (2005). *Social Capital*. USA: Polity Press.
- Jones, Q. (1997), Virtual-communities, virtual settlements & cyber-archaeology. A theoretical outline. In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(3), 24.
- Kids' Lab (2009), *Miudos & Media*. Zero a oito. Disponível em: <http://www.zeroa oito.pt/cgi-bin/getfromdb.pl?menu=EkVpFypylFDgVvZYDq&lang=pt>
- Kollock, P. and Smith, M. (2002) "Communities in cyberspace." Smit In *Communities in Cyberspace*. Kindle Edition.
- Lenhart, A. & Madden, M. (2005), *Teen Content Creators and Consumers*. Washington DC: Pew internet & American Life Project.
- Lenhart, A. Madden, M. Rankin Macgill, A. Smith, A. (2007), *Teens and Social Media: The use of social media gains a greater foothold in teen life as email continues to lose its luster*. Washington DC : Pew internet & American Life Project.
- Lin, N (2001). *Social Capital. A theory of social structure and action*. Structural analysis in the social sciences, 19: Cambridge University Press.
- Ling, R. (2008), *New tech, new ties: how mobile communication is reshaping social cohesion*. Massachussets:MA: MIT Press
- Livingstone, S.(2008), Engaging with Media – a Matter of Literacy? In *Communication, Culture & Critique*, 1: 51-62.

- Livingstone, S. (2007) Interactivity and participation on the internet: Young people's response to the online invitation to engage in the civic sphere. in Dahlgren, P. (ed.) *Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation*. Routledge, London, 2007.
- Livingstone, S. (2002), *Young People and New Media*. London: Sage Publications.
- Livingstone, S. and Bober, M. (2005), *UK Children Go online: final report of key project findings*. Final research report from the UK Children Go online project - Economic and Social Research Council / 'e-Society' Programme, Livingstone, S. and Bovill, M. (1999), *Young People – New Media*. London: London School of Economics and Political Science.
- McMillan, D. W. and Chavis, D. M. (1986), Sense of community: A definition and theory. In *Journal of Community Psychology* 14 (1): 3.
- Narayan, & Cassidy (2001), A dimensional approach to measuring social capital: development and validation of a social capital inventory. In *Current Sociology*, 49: 59-102.
- Putman (2000). *Bowling Alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Shuster.
- Rice, R & Katz, J (2002), *Social Consequences of internet use*. Massachusetts: MA: MIT Press.
- Rheingold, H. (1993), *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley, Reading MA.
- Sculler, Baron and Field (2000). *Social Capital – Critical Perspectives*. , N.Y.: Oxford University Press.
- Shah, McLeod and Yoon.(2001), Communication, Context and Community. An Exploration of Print, Broadcast, and internet Influences. In *New Media Journal*, 28, 4, London: Sage: 464-506.
- Uphoff (1999), Understanding social capital: Learning from the analysis and experience of participation. In *Social Capital: A multifaceted perspective*, edited by Ismail Serageldin. Washington, DC: World Bank: 215-253.
- USC-Annenberg Digital Future Project (2006), online *World As Important to internet Users as Real World?*. USC-Annenbeg Digital Future Project, November 2006. Disponível em <http://www.digitalcenter.org/pdf/2007-Digital-Future-Report-Press-Release-112906.pdf>
- Valenzuela, S, Park, N, Kee, K (2009), Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust and participation. In *Journal of computer mediated communication*, 14: 875-901.
- Weinreich, F. (1997), Establishing a point of view towards virtual communities. In *Computer-Mediated Communication* 3, (2).
- Wellman, B. (2001), Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking. In *International Journal of Urban and Regional Research* 25, 2 :227-52.
- Wellman, B. & Gulia. (2002), Virtual communities as communities. In Smith, M. and Kollock, P *Communities in Cyberspace*, Kindle Edition.
- Wenger, E., White, N., Smith, J. and Rowe, K. (2005), *Technology for communities*. CEFRIO Book Chapter, 2005.