

# Sumário

<i>Prefácio</i>	9
Carlos Eduardo Lins da Silva	
<i>Apresentação</i>	19
1. Do conceito de capital social: origens e usos	33
2. Conversação, engajamento cívico e capital social	70
3. Comunicação pública e capital social	101
4. O capital social e as tecnologias de informação e comunicação	133
5. Capital social negativo e suas implicações	153
6. Capital comunicacional: novas perspectivas de estudo	197
<i>Notas</i>	221
<i>Referências bibliográficas</i>	233
<i>Bibliografia comentada</i>	253



# *Prefácio*

*Carlos Eduardo Lins da Silva\**

**A** primeira década do século XXI é um período crucial para profissionais e estudiosos da comunicação social. No seu transcurso, o avanço de novas tecnologias e a disseminação de seu uso por contingentes cada vez maiores de pessoas em todo o mundo estão transformando de modo radical os hábitos e práticas do consumo de informação e, em decorrência, seu mercado.

Os meios tradicionais de comunicação (jornal, rádio, televisão, livro, disco, cinema) têm, na visão de muitos, sua sobrevivência ameaçada, ou mesmo seu fim decretado. Para estes, é só uma questão de tempo saber quando desaparecerão. Para alguns, a data já está determinada, situando-se em momento anterior ao fim da metade do século. No mínimo, eles terão de passar por adaptações muito importantes para se adequarem aos desafios que lhes foram impostos pela internet e seus derivados ou correlatos digitais.

---

\*Ombudsman da *Folha de S.Paulo*, doutor e livre-docente em Comunicação pela Universidade de São Paulo e mestre em Comunicação pela Michigan State University.

Além das implicações econômicas e culturais que essas mudanças acarretam, há uma grande ansiedade sobre suas possíveis consequências políticas e sociais. Que tipo de civilização sobrevirá a esse mundo em que os veículos de comunicação “físicos” ou terão desaparecido ou estarão relegados ao plano de coadjuvantes estatisticamente inexpressivos?

Embora uma corrente entusiasmada considere o universo das redes digitais um maná democrático sem precedentes na história humana, muitos temem que ele possa alterar negativamente as relações interpessoais, inclusive no que diz respeito à participação de cidadãos em entidades cívicas, por induzir a um comportamento social em que a interação se dá com cada indivíduo ficando fisicamente isolado dos demais, diante de alguma tela, por meio de um diálogo “virtual”, não “presencial”, para usar os dois adjetivos que separam o “moderno” do “ultrapassado”.

Para resumir: um dos grandes desafios destes tempos atuais é antecipar o resultado da relação entre as maneiras contemporâneas hegemônicas de se comunicar e a formação de capital social.

Por isso, este livro é absolutamente importante. Embora o termo “capital social” circule fortemente em ambientes intelectualizados no Brasil há mais ou menos quinze anos, desde a enorme repercussão que teve, inclusive entre nós, a publicação do já clássico ensaio *Bowling alone*, de Robert Putnam, o conceito está longe de ser conhecido pela maioria dos brasileiros. E o que se entende por capital social ainda não é consenso. Mesmo entre aqueles que julgam conhecê-lo bem.

Assim, a primeira grande contribuição deste volume para o país é a aprofundada e exaustiva revisão bibliográfica sobre “capital social”

no exterior e no Brasil, desde seus precursores clássicos mais remotos, como Tocqueville, até outros autores contemporâneos que vêm dedicando suas pesquisas à formação do capital social em diferentes redes de engajamento cívico. Só isso já bastaria para justificá-lo e torná-lo obra obrigatória para quem se interessa pelo tema da comunicação. Não é todo dia que, nessa área do conhecimento, uma revisão bibliográfica tão metódica e competentemente elaborada vem a público.

Mas Heloiza Matos vai além: ela preenche com suas análises aqui relatadas a lacuna que identificou nos estudos sobre esse assunto. Ela explora, conforme suas próprias palavras, “as dinâmicas responsáveis pela articulação entre a prática comunicativa dos cidadãos e a construção de vínculos que os permitam elaborar seus interesses em espaços rotineiros de interação e projetá-los em esferas amplas de debate”. Com isso, contribui substancial e decisivamente para essa discussão que é da maior importância para a definição dos rumos que a sociedade brasileira (e mundial) tomará no que se refere não apenas à política, mas talvez ainda mais fundamentalmente às relações entre as pessoas.

A eleição de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos colocou em destaque, ainda mais explícito, o tema da simbiose entre comunicação e capital social. Por muitos motivos, sua vitória eleitoral tem importância simbólica raramente encontrada na história humana. Se antes Putnam considerou que as atividades políticas dos norte-americanos foram drasticamente reduzidas pela ação dos meios de comunicação, a eleição de Obama mostra, em vez disso, como esses meios podem se tornar fundamentais para a participação política e o engajamento cívico. Essa mudança pode

trazer consequências significativas para os profissionais e críticos da comunicação.

Desse modo, atribui-se o sucesso de Obama, em grande parte, ao domínio que ele e seus aliados têm sobre as novas tecnologias de comunicação, habilmente utilizadas na campanha presidencial para arrecadar fundos e estabelecer conexões, em oposição aos meios clássicos de seus dois adversários (Hillary Clinton e John McCain), ambos formidáveis articuladores das máquinas políticas que dominaram a política americana ao longo do século XX.

Não importa muito se foi mesmo esse fator que surpreendentemente (até para ele) o levou à Casa Branca; é muito provável que não, embora ainda seja necessário determinar isso cientificamente. Importa é a percepção coletiva de que esse foi um elemento vital. E importa também que Obama está para a internet como John Kennedy estava para a televisão em 1960 e Franklin Roosevelt para o rádio em 1932.

Também é duvidoso que tenha sido a fotogenia televisiva de Kennedy que o tornou presidente; isso acabou virando lenda e agora é considerado fato. Ao contrário daquilo em que quase todo mundo acredita, os debates entre Kennedy e Richard Nixon na televisão tiveram efeito insignificante no resultado eleitoral. Eles foram muito menos significativos do que as excelentes conexões com o submundo do crime mantidas pela família Kennedy ou mesmo as ótimas condições climáticas em todo o país no dia do pleito, que ajudaram a fazer que fossem às urnas (num país onde o voto não é obrigatório) eleitores que eram simpáticos a Kennedy – mas que provavelmente não o fariam, caso tivessem de enfrentar chuva ou neve.

Mas ninguém discute que Kennedy e televisão tinham tudo a ver e assumiram juntos o poder, assim como Obama e *smartphone* são indissociáveis e também chegam lado a lado ao cume do poder político (o homem) e da comunicação (a máquina).

Como sempre, a distância entre ideologia e realidade é grande. Apesar de todo o estardalhaço sobre a enorme capacidade da campanha de Obama em motivar novos eleitores a ir às urnas, a verdade estatística é que o nível de abstenção na eleição presidencial de 2008 não foi significativamente inferior ao das imediatamente anteriores (2000 e 2004) e que a participação dos segmentos mais jovens no pleito não foi tão grande (55% dos eleitores entre 18 e 29 anos votaram em 2008, em comparação com 47% em 2004; cerca de 65% deles votaram em Obama, um pouco mais do que a porcentagem dos que votaram em John Kerry em 2004).

Assim, embora tenha havido uma melhora na participação de jovens na eleição presidencial americana em 2008 em relação a todos os pleitos posteriores a 1960, ainda é muito cedo para afirmar que a perda de capital social detectada por Putnam esteja se dissipando nos Estados Unidos e, ainda mais cedo, para atribuir uma eventual recomposição de capital social à comunicação digital.

Será interessante verificar se, no exercício do governo, Obama conseguirá utilizar as redes sociais digitais que estabeleceu com a mesma intensidade e eficiência com que as operou para se eleger presidente. Sua administração será a primeira a contar com uma base de dados imensa, que poderá ser ativada quando ele quiser, embora ainda seja impossível determinar se ele de fato o fará e com que resultados.

A perspectiva de uma “democracia direta” na qual – diferentemente dos populistas do passado, como Hugo Chávez (não passado cronológico, mas tecnológico) – o líder poderá passar por cima das instituições formais (como congresso e imprensa) para obter apoio direto das massas (mas não mais fisicamente, e sim pelas ondas da internet) é, ao mesmo tempo, fonte de admiração e de receio.

A possibilidade de um governo absolutamente transparente e capaz de se legitimar sem a necessidade de fazer concessões a intermediários que sempre cobram pesados pedágios em troca de seu apoio é, sem dúvida, fascinante. Mas ela também acarreta a oportunidade para que esse líder se converta em alguém tão poderoso que seja capaz de extrapolar os limites do razoável e tentar governar apenas com as massas, num estilo que pode se assemelhar a um fascismo *high-tech* assustador.

Também se deve considerar que essa relação simbiótica entre o líder e as massas via internet tem mão dupla. Ele pode tentar controlá-las, mas elas também têm condições – ao menos teoricamente – de dominá-lo. Como elas poderão reagir quando o inevitável começar a acontecer e se derem conta de que muitas das promessas e aspirações da campanha jamais se concretizarão por falta de condições materiais objetivas? Como a frustração coletiva será extravasada?

Mas ainda não há elementos suficientes para determinar se uma ou outra alternativa, a ótima e a péssima, têm realmente condições de se concretizar. A comunidade “MyBO” (Meu Barack Obama), que funcionou aparentemente tão bem nos vinte meses de campanha – quando as metas eram poucas e muito objetivas, e o grupo era

relativamente pequeno –, ainda não chegou a ser testada nas primeiras semanas de exercício do poder – quando as dificuldades se tornaram muito maiores, assim como a diversidade e a complexidade das questões a serem resolvidas com urgência. E a quantidade de caciques e índios na taba de Obama aumentou exponencialmente.

Se, por um lado, o livro de Heloiza Matos nos permite elaborar reflexões acerca das novas modalidades de participação política e de influência direta sobre os rearranjos do poder contemporâneo, por outro, ele nos remete também a questões ligadas à participação cívica, ou seja, à construção da cidadania dos indivíduos por meio de seu engajamento em práticas cotidianas mediadas e face a face. Segundo ela, as novas tecnologias podem auxiliar os indivíduos e grupos a estabelecerem laços comunicativos capazes de ampliar a opinião pública e de trazer novas contribuições para o debate sobre questões de interesse coletivo.

A grande questão, para a qual ninguém – muito menos eu – tem a resposta (cuja busca conta com a significativa contribuição deste livro), é: essas novas tecnologias vão ajudar ou atrapalhar na construção de redes sociais de verdade, para fazer que o capital social declinante no mundo inteiro possa ser recomposto?

Pessoalmente, até mais do que isso, preocupa-me compreender que tipos de indivíduo esse novo universo de comunicação pode gerar. A observação do comportamento dos integrantes da primeira geração que, desde a mais tenra infância, já lidava com os computadores e a internet e dominava a sua linguagem às vezes chega a ser apavorante para quem se criou em tempos tão diversos e cultua valores como a defesa da privacidade.

É assustador constatar que, para os adolescentes atuais, *privacidade* é alguma coisa que faz pouco sentido ou sequer existe. A naturalidade com que eles se expõem, deixando seus sentimentos e atos mais íntimos ao alcance de todos nas suas redes de relacionamento, é impressionante. A perfeita conjugação de exibicionismo com voyeurismo que possibilita, por exemplo, que a fórmula dos *reality shows* seja um sucesso universal, repetindo-se nos Facebooks, MySpaces e similares com um impacto que só se pode imaginar sem nenhuma precisão nem concordância.

A cultura de devoção à celebridade, engendrada pelos meios tradicionais como a televisão e o cinema e consagrada em seu ápice de entusiasmo pela internet, faz que o grande terror para os jovens contemporâneos seja o binômio composto por *anonimato* e *solidão*. Ninguém tolera a possibilidade de ser anônimo e muito menos de ficar sozinho, embora esse sozinho não signifique o isolamento físico do indivíduo, que está a sós em seu quarto mas em contato frenético e concomitante com dezenas de seus pares, espalhados pelo país e pelo mundo e cuja identidade real lhe é incerta.

Vive-se em função dessa relação com os outros e sacrificam-se, em decorrência, a capacidade de concentração, a introspecção, a autorreflexão e o autoexame. Nenhum espaço mental existe fora de um grupo. A comunicação se torna mais performática do que narrativa, o gráfico se impõe ao verbal, o consumo irrefletido de informação prescinde da análise.

A internet está para a solidão como a televisão esteve para a chateação no caso de gerações anteriores. A televisão, em princípio, destruiria a possibilidade de alguém se sentir chateado, aborrecido,

pois garantiria a diversão permanente (*amusing ourselves to death*, era o que fazíamos, como se dizia criticamente nos anos 1960). Contraditória e compreensivelmente, no entanto, aconteceu o oposto: quanto mais as pessoas assistiam à televisão, mais se sentiam chateadas e mais aumentava o pavor de ficar chateado, o que levava a doses ainda maiores de televisão, num círculo vicioso absurdo.

A convivência digital guarda similaridades com esse fenômeno do passado, que já foi objeto de muito estudo. As redes de relacionamento, em princípio, afastam a possibilidade de solidão. Mas quanto mais intensamente os jovens se relacionam dessa maneira, mais sós se sentem e mais receiam ficar sós, o que os leva a aumentar ainda mais a dose de mensagens compulsivamente trocadas pelos computadores, celulares, *smartphones* e congêneres.

Os mais “populares”, sendo portanto os que mais se assemelham a celebridades nesses grupos virtuais, chegam a ter centenas ou milhares de “amigos”. Que sentido terão a palavra e o sentimento *amizade* quando a quantidade-padrão dos que se incluem nesse conceito estiver na casa das centenas? O que é ser amigo de seiscentas pessoas?

O que vai ser do mundo estruturado segundo esse tipo de comunicação? Que tipo de capital social, em seu sentido mais amplo, esse “capital comunicacional” – para usar a terminologia e o conceito que Heloiza Matos propõe – vai ajudar a construir?

É a esse tipo de meditação que este ótimo livro remete. Ele traz um conjunto de preocupações vitais não apenas para a atividade da comunicação social, mas para o próprio porvir da sociedade humana aqui e em qualquer lugar.

**Heloiza Matos**

Por isso, ter sido convidado para prefaciá-lo foi para mim motivo de muita satisfação. Espero que os leitores o aproveitem e retirem dele prazer intelectual similar ao que eu experimentei quando o li.

*Fevereiro de 2009*

## *Apresentação*

O conceito de capital social é atualmente utilizado em pesquisas de campos disciplinares variados, unindo interesses da sociologia, da economia institucional, da ciência política e das áreas relacionadas com a saúde, o desenvolvimento econômico e a educação. Seu desdobramento teórico tem atraído, nas últimas décadas, acadêmicos, instituições internacionais (por exemplo, ONU e OCDE<sup>1</sup>), partidos políticos, governos nacionais e locais e organizações do terceiro setor. Todavia, a noção de capital social não é nova, embora a produção científica recente sobre ela inove ao articular as experiências concretas dos sujeitos contemporâneos em redes de engajamento cívico, nas quais são estabelecidas normas de reciprocidade e confiança generalizada. Assim, a novidade está no fato de considerar as interfaces entre o capital social, a sociabilidade, a prática associativa, as normas e os valores, de modo a construir um princípio explicativo de múltiplos fenômenos comunicativos, sociais e políticos.

No Brasil, o tema do capital social assume importância no final da década de 1990. Uma publicação de resenha bibliográfica sobre o tema (Abu-el-Haj, 1999) indicava, à época, como únicas referências traduzidas para o português o livro *Comunidade e democracia*, de Putnam, publicado pela FGV em 1996, e uma obra de Fukuyama, *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*, publicada pela Rocco também em 1996, sobre os níveis de confiança como característica cultural essencial para o florescimento do capital social.

A consolidação do processo democrático no governo Fernando Henrique Cardoso, aliada à opção pela agenda neoliberal, aprofundou a discussão dos novos desafios da democracia no final do século e resultou numa diversificação da pesquisa sobre o capital social; especialmente no que diz respeito à relação entre o Estado e o mercado, a governança, a cultura, a cidadania e a ação do Estado. Assim, do ponto de vista do mercado e do terceiro setor, observam-se duas tendências: com relação à tecnologia da informação, o conceito de capital social tem sido tratado como sinônimo de rede colaborativa (Vasques, 2008). Por outro lado, há uma tentativa de ampliação ou deslocamento do conceito de responsabilidade social, na direção do conceito de capital social.<sup>2</sup>

De maneira geral, no Brasil, os estudos têm se organizado em torno de três eixos principais. O primeiro menciona o uso do conceito nos processos de democratização e renovação cultural. Os elementos centrais dessa corrente são as relações de causalidade entre confiança interpessoal e confiança nas instituições, nos processos de consolidação democrática. Marcello Baquero (2004 e 2006), Lucio

Rennó (2001) e Rogério da Costa (2008) são alguns dos autores que trabalham com essa perspectiva. O segundo eixo tem diagnosticado um déficit de legitimidade na democracia brasileira pela ausência de confiança nas instituições políticas. Assim, figuram nesse eixo análises de políticas públicas e/ou desempenho governamental. Boschi (1999) e Borba (2007) têm testado as possíveis correlações entre os estoques de capital social e o sucesso do desempenho governamental. Por sua vez, o terceiro eixo de estudo busca verificar a validade dos pressupostos e a estrutura da teoria do capital social. Destacam-se os trabalhos de Rennó (2001) e Reis (2003).

A coletânea de textos organizada por Nuria Grau (1998) inclui um artigo de Charles Rely em que o capital social é apresentado como condição para o exercício da cidadania. E, ainda, sobre as desigualdades da América Latina e a relação entre cultura e capital social, Bernardo Kliksberg (2000a; 2008) analisa o impacto do conceito e seu uso na região.

Particularmente no que diz respeito ao capital social, Marcello Baquero é um dos autores brasileiros que mais têm se dedicado a essa linha de pesquisa. Em 2004, organizou uma coletânea voltada para o estudo do capital social relacionado com a democracia e a juventude no Brasil. Em 2006, junto com Dejalma Cremonese, publicou outra coletânea sobre a teoria e a prática referentes ao capital social. Nesta última, mais especificamente na parte do livro que trata da dimensão conceitual, autores de vários campos do conhecimento fizeram um balanço crítico do conceito, analisando as especificidades e os limites da aplicação do capital social no contexto brasileiro.

Neuma Aguiar, em 2007, publicou uma obra direcionada para as desigualdades sociais, redes de sociabilidade e a participação política, como resultado de uma pesquisa realizada na área metropolitana de Belo Horizonte.

Em outras publicações, os conceitos de comunidade, cidadania e movimentos sociais ganham destaque. Nelas, o capital social é relacionado com a formação de redes cívicas e com o modo de implicação dos cidadãos nessas redes (ver Kunsch e Kunsch, 2007; Paiva, 2003). Todavia, essas relações permanecem ainda pouco explicadas e exploradas. Na primeira obra, um texto de Peruzzo (2007), citando Franco, ressalta que para o desenvolvimento econômico e social é necessário que haja a passagem do capital humano para o capital social. Franco, por sua vez, reconhece que o caminho para essa passagem consiste em oferecer condições para que os “beneficiários passivos” dos programas assistenciais sejam capazes, eles mesmos, de superar seus problemas e melhorar a qualidade de vida. O autor define o capital social como a “capacidade de cooperar, de formar redes, de regular seus conflitos democraticamente e, enfim, de constituir comunidade” (Franco *apud* Peruzzo, 2007).

No artigo “Tocqueville não via TV”,<sup>3</sup> de 2006, Wilson Gomes discutiu a obra de Putnam, com especial atenção para a relação entre capital social, TV e democracia. O autor nega a relação entre a audiência de TV e a influência no nível do capital social. Contudo, talvez por escapar dos seus objetivos naquele artigo específico, o autor não se refere ao vínculo entre internet, capital social e o engajamento cívico. Outros autores brasileiros (Recuero, 2005; Primo, 2005; Maia, 2001; Lemos,

2003; Costa, 2004) também se interessaram pelo tema da influência que as tecnologias de informação e comunicação exercem sobre a sociabilidade, a participação cívica e a construção da cidadania, sem necessariamente discutirem, de modo inter-relacionado, os três fatores diretamente associados ao Capítulo 4 deste livro: tecnologias de informação e comunicação (TICs), capital social e participação cívica.

Nesse sentido, apesar de existirem algumas pesquisas sobre a relação entre o conceito de capital social e o campo da comunicação social, argumento que os estudos até hoje desenvolvidos conferem pouca atenção às articulações entre o processo comunicativo (entendido em sua dimensão relacional) e a formação do capital social. Inclusive, é raro encontrar pesquisas que se dediquem a explorar, de maneira refinada e inovadora, a construção do capital social como um processo comunicativo de intercompreensão e cooperação, no qual os interlocutores estabelecem conversações, diálogos e trocas de informação acerca de suas experiências, questões e problemas. Por isso, enfatizo que a comunicação, como atividade coletiva que envolve o uso da linguagem e o fortalecimento de vínculos sociais, é uma condição necessária para a formação e utilização do capital social.

De modo geral, os estudos dos teóricos da comunicação que se preocupam em avaliar sua contribuição, como processo, meio e mediadora, para a formação e/ou o declínio do capital social são ainda incipientes. Além disso, a comunicação é vista como um epifenômeno no processo, e não como parte fundamental dele. A meu ver, as relações entre comunicação e capital social têm-se restringido às interfaces que podem ser indicadas e mensuradas entre

este conceito e a função dos meios de comunicação na sociedade. Meu interesse consiste em escapar dessa perspectiva funcionalista dos meios e explorar as dinâmicas responsáveis pela articulação entre a prática comunicativa dos cidadãos e a construção de vínculos que os permitam elaborar seus interesses em espaços rotineiros de interação e projetá-los em esferas amplas de debate. Os meios de comunicação são parte integrante desse processo, pois auxiliam as pessoas a estabelecerem vínculos umas com as outras, tornam disponíveis e acessíveis informações e pontos de vista e aproximam indivíduos e grupos em redes de sociabilidade. É exatamente essa hipótese que me instiga a buscar caminhos para um entendimento mais claro da relação entre comunicação e capital social.

Ao longo dos anos de 2006, 2007 e 2008, dediquei-me intensamente ao estudo das articulações possíveis entre a comunicação e o capital social. Esses estudos deram origem ao livro que agora publico pela Summus Editorial. Os textos aqui reunidos abordam, de diferentes ângulos, a diversidade de articulações que podem ser estabelecidas entre o campo da comunicação e a investigação recente acerca do conceito de capital social.

Este livro – *Capital social e comunicação: interfaces e articulações* – apresenta-se, assim, como uma obra que pretende estender as relações entre a comunicação e o capital social para além da identificação de interfaces entre ambos. Minha pretensão é a de não ficar restrita à mídia, mas levar a investigação a novos horizontes, incluindo perspectivas promissoras. No âmbito destas últimas, encontram-se a recente produção sobre o conceito de “capital co-

municacional” e a análise acerca das tecnologias de informação e comunicação.

A proposta central deste livro é a de suprir a carência de reflexões teóricas sobre as articulações possíveis entre o processo comunicativo e a formação do capital social. Ao entender o capital social como origem e resultado de ações comunicativas, proponho um novo ângulo de visão a um debate já instaurado no meio acadêmico. O objetivo consiste em proporcionar aos pesquisadores do assunto uma oportunidade de acesso a discussões atualizadas e originais, resultado de um investimento recente envolvendo a revisão, organização e leitura crítica de uma extensa bibliografia sobre capital social. Tal bibliografia é utilizada como base para a proposição de textos que buscam salientar os aspectos comunicacionais da noção de capital social (ver Bibliografia comentada).

Acredito que o livro possa trazer contribuições para estudantes dos cursos de graduação e pós-graduação das áreas de comunicação social, ciências sociais e ciências políticas. Além disso, pode ser utilizado como obra de apoio em cursos ligados à dinâmica das organizações, à saúde, à educação e à comunicação pública.

No primeiro capítulo, “Do conceito de capital social: origens e usos”, elaboro uma cuidadosa investigação a respeito das origens do conceito de capital social, bem como de suas principais dimensões e usos atuais. Embora a noção de capital social abarque um campo vasto e diversificado, o estudo do conceito se apoia em um ponto comum: compreender como os indivíduos e as instituições podem atingir objetivos comuns. E a condição para isso é que o indivíduo

faça parte de uma comunidade engajada civicamente, participando em redes de interação.

No segundo capítulo, “Conversação, engajamento cívico e capital social”, procuro estabelecer as contribuições e os impasses oferecidos pela noção de conversação cotidiana voltada para o entendimento mútuo e o fortalecimento do engajamento cívico. Parto do princípio de que, embora a noção de capital social englobe um campo vasto e diversificado, o estudo do conceito visa ao mesmo objetivo: compreender como os atores sociais e as instituições podem, apesar de apresentarem interesses conflitantes, atingir objetivos comuns, por meio de uma dinâmica conversacional em diferentes espaços e momentos do cotidiano. Busco também analisar algumas dimensões do conceito de opinião pública, tentando articular as relações entre a formação da opinião pública e as conversações diretas e mediadas nas formas de engajamento cívico, fator determinante para o estabelecimento do capital social na sociedade contemporânea.

O terceiro capítulo, “Comunicação pública e capital social”, tem como objetivo explicitar as articulações entre a comunicação pública, a comunicação política e o capital social. Para tanto, retomo as reflexões que apresentam o estado da arte da comunicação pública no Brasil e em alguns países europeus, pioneiros na abordagem e práxis referentes ao conceito. Proponho que a compreensão dessas articulações requer uma consideração das dinâmicas comunicativas da esfera pública, entendida para além das dimensões institucionalizadas, e uma sistematização da comunicação pública como espaço plural para a intervenção por parte do cidadão no debate das questões de interesse

coletivo. A comunicação pública tem sido mais analisada do ponto de vista do poder instituído (Estado e governo) do que da sociedade civil. O foco dos estudos tem deixado de lado a interação comunicativa nas e entre as redes sociais. No Capítulo 3, proponho-me, então, a analisar o conceito de capital social e seu papel na ativação das redes sociais, e indagar sobre o papel que caberia à comunicação pública nessa relação entre capital social e redes cívicas. Revelo que essas redes são elementos constitutivos do processo comunicativo, sendo também pontos de partida para a identificação dos níveis de capital social. A meu ver, a construção de uma interface entre a comunicação pública e o capital social resulta em um caminho promissor para uma nova compreensão desse tipo de comunicação.

O quarto capítulo, “O capital social e as tecnologias de informação e comunicação”, visa correlacionar três fatores principais: tecnologias de informação e comunicação (TICs), capital social e participação cívica. Recentemente, ao dedicar-me a uma pesquisa sobre a relação entre TICs e capital social, pude abordar algumas questões referentes aos impactos das TICs e às condições do engajamento cívico e da participação política (Matos, 2007b e 2008). No que diz respeito às aproximações entre TICs e capital social, a vertente que me interessa é a da crescente especialização das novas formas de interação social mediadas por essas tecnologias. Por exemplo, a inserção de imagem e texto na telefonia móvel vem possibilitando maneiras renovadas de estabelecimento de laços interpessoais. Coube, então, no Capítulo 4, uma análise mais detalhada do impacto das tecnologias da informação e da comunicação sobre a participação cívica de indivíduos e

grupos nas comunidades, buscando melhor compreender as interfaces entre TV e internet, mais especificamente, com referência aos níveis de capital social.

O quinto capítulo, “Capital social negativo e suas implicações”, tem por finalidade ressaltar o fato de que o capital social também pode ser associado à exclusão social e política, à corrupção e às dificuldades enfrentadas por cidadãos marginalizados para participar da esfera pública de debate e argumentação. Procuo mostrar que as mesmas normas de reciprocidade, confiança e cooperação que regem as associações cívicas e as relações voltadas para a participação política e a solidariedade entre “cidadãos de bem” coordenam também as ações do tráfico de drogas, dos políticos mal-intencionados e das facções racistas.

No sexto capítulo, “Capital comunicacional: novas perspectivas de estudo”, apresento as linhas gerais de um conceito que ainda está em processo de construção: o capital comunicacional. Definido em linhas gerais como o potencial intersubjetivo de intercompreensão e negociação recíproca de entendimentos e pontos de vista diante de uma situação que exija a ação coordenada para a solução de impasses e problemas, o capital comunicacional revela-se como noção promissora para aqueles que se interessam em aprofundar a reflexão acerca das articulações entre o processo comunicativo (compreendido de forma ampla, incluindo as trocas informais face a face, os fluxos midiáticos, a emergência dos recursos tecnológicos e o aumento do acesso às informações) e o capital social.

Por fim, ofereço uma Bibliografia comentada, abrangendo referências fundamentais organizadas em seis temas: a) conceitos e críticas; b)

capital social e ciências políticas e sociais; c) capital social, comunicação e mídia; d) capital social e tecnologias de informação e comunicação (TICs); e) o capital social nas organizações; f) capital social, saúde e educação. Para cada tema, desenvolvo uma breve apresentação das linhas gerais das pesquisas que têm se dedicado à produção acadêmica envolvendo a noção de capital social. Considero essa iniciativa de extrema utilidade para os alunos e pesquisadores interessados em elaborar estudos que utilizem o capital social como operador teórico.

### Agradecimentos

A produção deste livro é o resultado de uma longa trajetória acadêmica em duas instituições brasileiras: a Cásper Líbero e a Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo, pontos de partida para a obtenção do meu estágio pós-doutoral no Gresec, um grupo de pesquisa em comunicação do Institut de la Communication et des Médias da Universidade Stendhal, em Grenoble, França.

Agradeço ao Erasmo de Freitas Nuzzi, professor emérito da Cásper Líbero, pelo exemplo de persistência e apoio para que eu pudesse prosseguir na carreira e superar as dificuldades pessoais que encontrei nessa trajetória.

Sou igualmente grata ao professor José Marques de Melo, da ECA, pelo seu pioneirismo e incentivo às novas gerações de estudiosos da comunicação. Da mesma instituição, lembro-me com carinho e gratidão do professor Virgílio Noya Pinto, já falecido, meu orientador no mestrado e doutorado.

Também agradeço profundamente o apoio e a disponibilidade para ouvir e indicar novos rumos para a pesquisa do professor emérito Bernard Miège e da professora Isabelle Pailliar, do Gresec, onde estive em dois períodos: 1995 e 2007.

Devo às instituições citadas e a seus dirigentes, colaboradores e alunos a oportunidade de atuar como docente e desenvolver estudos e pesquisas inovadoras, sempre enriquecidas pela interlocução com professores, pesquisadores e orientandos, como também pelo acesso ao acervo desses centros de excelência acadêmica.

Não posso deixar de mencionar minha gratidão aos pesquisadores de comunicação política de várias universidades do país que, ao longo dos anos, vêm acompanhando a minha trajetória de pesquisa e acolhendo-me com carinho e respeito, mesmo nas ocasiões em que sou mais ouvinte do que falante. Esses colegas têm sido minha referência para crescer e ousar por caminhos novos como esse que acabo de trilhar.

Como tenho de citar muitas pessoas e não quero correr o risco de esquecer nomes, decidi eleger um colega para representar todos aqueles a quem devo tanto. Wilson Gomes, um dos mais brilhantes pesquisadores da comunicação, que, entre outras contribuições, apresentou-me o tema do capital social, objeto de estudo do livro que apresento agora. Aceitei, assim, o desafio de me debruçar sobre um tema incensado e ao mesmo tempo criticado, talvez por ser ainda desconhecido e pouco explorado nos estudos da linha de pesquisa à qual me filiei, e agregar o resultado aos conhecimentos já acumulados no campo da comunicação política e pública.

A três outros pesquisadores que acompanharam toda a produção deste livro, leitores críticos e atentos à pertinência dos conceitos, tributo minha imensa gratidão: Guilherme Nobre e Ângela Marques, ambos pesquisadores e pós-doutores com uma carreira promissora no campo da comunicação política e das políticas públicas, além de Angela Mattos, que também teve um papel importante nesse projeto de estudos, pois acreditou nele e incentivou minha aproximação com novos conhecimentos e autores da epistemologia da comunicação, campo em que vem atuando com competência e coragem.

Esta publicação não teria sido possível sem o apoio da Capes e seus gestores, que em duas ocasiões (1995 e 2007) me concederam uma bolsa para a realização de estágio pós-doutoral na Universidade Stendhal.

Espero que, ao apresentar esta obra aos pesquisadores de comunicação, sociologia, ciência política, tecnologias da comunicação e informação, políticas públicas e áreas correlatas, possa oferecer a oportunidade de discussão de um tema instigante e inovador, re-dimensionando os atributos de confiança, reciprocidade e cooperação nas redes sociais. Busco, ainda, apontar possibilidades para a obtenção de níveis satisfatórios de capital social nas organizações e associações diversas, no terceiro setor, nos movimentos sociais, algo necessário para o engajamento cívico numa sociedade plural e democrática.



## 1. *Do conceito de capital social: origens e usos*

**O**s estudos acerca do capital social têm se valido da obra *A democracia na América*, de Alexis de Tocqueville (1987), para analisar os padrões de participação cívica e política, e da obra *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, de Max Weber (1982), para compreender as possíveis relações entre as modalidades associativas na América (religiosas, comerciais, sociais). Particularmente, Tocqueville destacou, de modo pioneiro, a importância das relações associativas entre diversas organizações voluntárias para a constituição de uma forma de democracia sustentada por um bom governo, garantindo um movimento histórico capaz de conduzir à igualdade de condições entre os atores da sociedade civil.

Analisando as características das associações na América do século XIX, Tocqueville assinala que essa maneira de agir em comum se beneficia do apoio de um conjunto de elementos (tipo de eleição, governo local, liberdade de imprensa, júri popular e associações) que facilitaria a aproximação entre os indivíduos, oferecendo a oportuni-