



Relações entre Acesso à Informação e Formação de Capital Social em âmbito regional: uma Proposta Metodológica¹

Monica Franchi Carniello²

Moacir José dos Santos³

Universidade de Taubaté, Taubaté – SP.

RESUMO

O capital social é uma das teorias que permite compreender diferenças regionais. Constitui-se pela rede de relações duráveis entre indivíduos que permite o alcance de objetivos comuns. No contexto comunicacional contemporâneo, marcado por um sistema de comunicação global estruturado em rede, a formação de redes sociais é potencializada. O objetivo do artigo consiste em propor um instrumento de coleta de dados para verificar a relação entre o tipo de informação acessada, categorizada quanto ao meio e conteúdo e a formação de capital social. A pesquisa caracteriza-se como exploratória quanto aos objetivos, de abordagem qualitativa, com coleta de dados bibliográfica. Como resultado é proposto um questionário a ser aplicado de forma complementar aos instrumentos de coleta de dados existentes para mensuração de capital social de maneira a obter dados para verificar de maneira mais detalhada a relação entre acesso à informação e acúmulo de capital social de determinado grupo social.

PALAVRAS-CHAVE

Capital social; Informação; Meios de comunicação.

Introdução

A compreensão do contexto social contemporâneo evoca necessariamente a discussão sobre os processos de agrupamentos sociais estruturados em rede, visto que uma das características do período é a existência de um sistema global de telecomunicações, que permite a interconexão de pessoas independentemente das barreiras geográficas.

Além disso, a rede mundial de telecomunicações se caracteriza por um fluxo intenso de informações potencialmente geradas e recebidas por todos os participantes, por se tratar de processo de comunicação de mão dupla, destituindo a exclusividade da

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Programa de Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional e do Departamento de Comunicação Social, e-mail: monicafcarniello@gmail.com

³ Docente do Programa de Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional e do Departamento de Comunicação Social, e-mail: santos.mj@ig.com.br



produção e distribuição de informação midiática das instituições formalizadas, tais quais os grandes grupos de mídia.

Tais aspectos permitem a formação do conceito de sociedade em rede, caracterizada pela acessibilidade à informação. Castells (1999, p.147) afirma que “como tendência histórica, as funções e os processos dominantes da era da informação estão cada vez mais organizados em torno de redes. Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades [...]”.

A ampliação das possibilidades de interconexão entre indivíduos cria um contexto favorável para a formação de redes sociais, com finalidades distintas, mais ou menos institucionalizadas, pois amplia o escopo geográfico das redes para a escala global. As redes podem operar *on* ou *off line*, mas é fato que, independente da configuração, toda a sociedade, de maneira direta ou indireta, recebe influência dos meios de comunicação que compõem essa rede.

Neves (2009) define as redes como sistemas organizacionais que são capazes de agrupar instituições e pessoas de maneira participativa e, portanto, democrática, a fim de atingir um objetivo comum. Tal abordagem possui estreita relação com o conceito de capital social, linha teórica que conquistou espaço na academia nas últimas décadas, contribuindo para as discussões nos campos da sociologia, ciência política, economia, comunicação, administração e estudos sobre desenvolvimento regional.

O debate sobre a formação de redes implica na elaboração de conceitos adequados a compreensão da sua constituição, reprodução e impacto social. A discussão sobre a estruturação de redes implicou em discussões acadêmicas que, nas últimas décadas, destacaram a necessidade de delimitar o conceito de capital social. Segundo D’Araujo (2010, p.10), capital social é “a capacidade de uma sociedade de estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com vistas à produção de bens coletivos.”

Autores de diferentes campos do conhecimento aplicam o conceito capital social em suas pesquisas. O ponto em comum entre as conceituações, segundo Leão (2011), que são abordadas na revisão de literatura deste artigo, é o fato da atribuição de valor dado às relações sociais questionar as abordagens que desconsideram os processos sociais e culturais na avaliação de processos econômicos. Uma das abordagens sobre capital social aponta as práticas participativas, que por sua vez constituem uma das dimensões consideradas na mensuração de capital social, como elementos constitutivos dos processos de desenvolvimento de uma região. Bandeira (1999, p.12) compartilha



dessa perspectiva ao destacar a cooperação como uma das variáveis que explica as diferenças de estágio de desenvolvimento entre regiões.

Segundo estudos recentes, o capital social — que é composto por um conjunto de fatores de natureza cultural que aumenta a propensão dos atores sociais para a colaboração e para empreender ações coletivas — constitui-se em importante fator explicativo das diferenças regionais quanto ao nível de desenvolvimento.

A relação entre desenvolvimento e cooperação, que é um atributo de origem cultural, não pode ser vista sob uma perspectiva dogmática, visto que a perspectiva relacional não pode ser determinista, conforme destaca Hermet (2002). O autor afirma que tal pensamento levaria à conclusão de que determinados processos de desenvolvimento estariam destinados ao fracasso. A observação implica na necessidade de pensar o impacto da variável cultural em relação a um conjunto maior de variáveis. Sociedades e seus subgrupos possuem diferenças em relação ao acúmulo de capital social. A mensuração do nível de capital social em determinado grupo ou sociedade é uma questão complexa e que é contemplada por distintos instrumentos de coleta de dados que permitem aferir o estado atual do grupo delimitado como objeto de estudo, tal qual apresentado no referencial teórico deste artigo. Uma das dimensões que é considerada no processo de mensuração de capital social é o acesso à informação, que condiz com a premissa de que as redes de comunicação são facilitadoras dos agrupamentos sociais e, portanto, podem contribuir para o fortalecimento do capital social.

A ideia defendida nesse artigo, no entanto, considera que a aferição do mero nível de acesso à informação por parte do grupo estudado é insuficiente para verificar a relação entre acesso à informação e nível de capital social acumulado. Para verificar se o acesso à informação é um dos elementos fomentadores de formação de capital social, é preciso verificar o tipo de informação acessada, as mídias acessadas e as ocasiões de uso das mídias, fatores que não podem ser ignorados no contexto atual, caracterizado pela facilidade de acesso à informação.

A partir desse pressuposto, o objetivo do trabalho consiste em propor um instrumento de coleta de dados para verificar a relação entre o tipo de informação acessada, categorizada quanto ao meio, conteúdo e situação de uso, e a formação de capital social, de maneira que seja possível, após a aplicação do instrumento, o estabelecimento de uma relação entre o tipo de informação acessada e o acúmulo de capital social.



Capital social: abordagens teóricas

A incorporação dos conceitos relativos a experiência cultural nas teorias econômicas ocorreu de maneira gradual, tornando-se mais explícita em um período histórico recente. Essa relação pode ser percebida na própria definição do termo capital, que, sujeito à historicidade, adquire delineamentos que revelam a incorporação do aspecto social em seu conceito. Uma primeira definição se refere ao capital tal qual definido por Marx (1998), que o associa à geração de mais-valia, excedente de trabalho que resulta no acúmulo de recursos.

Segundo Dallabrida (2011) as teorias econômicas clássicas já dialogavam com a perspectiva cultural, no entanto de maneira tangencial.

Em Adam Smith, o meio sócio-cultural era considerado uma variável exógena, agindo sobre o sistema, determinando o comportamento das variáveis econômicas. Já, para Marx, o processo social determinava-se pela motivação econômica. São relações indiretas entre economia, cultura e desenvolvimento (DALLABRIDA, 2011, p. 285).

Essa relação se delineia melhor com a incorporação da questão humana como valor, como ocorre no termo capital humano, que consiste na soma das habilidades e conhecimentos dos indivíduos. (D'ARAÚJO, 2010).

Verifica-se a aceitação definitiva da questão social como valor no conceito de capital social, que ganha espaço de forma mais evidente no meio acadêmico a partir da década de 1980, quando Bourdieu (1980) publica um artigo sobre o tema e, dessa maneira, fomenta as pesquisas sobre o assunto, apesar de o termo aparecer em estudos anteriores de outros autores (MATOS 2009, p.34-35). Para Bourdieu (1980) capital social implica a existência e manutenção de uma rede durável de relações, por meio da qual as pessoas atingem objetivos que seriam inatingíveis individualmente. Essas redes de relações podem ser mais ou menos institucionalizadas e implicam conhecimento ou reconhecimento mútuo. Bourdieu (1980) não nega os interesses individuais como fatores de motivação para a constituição de redes, o que pode ser um mecanismo para reforçar a estrutura social existente.

Fukuyama (2001, p.6) apresenta uma perspectiva mais determinista ao afirmar que o capital social “não pode ser tão facilmente criado ou formatado por políticas públicas” [tradução dos autores], visão que conflita com a de Durston (1999), que defende que o capital social pode ser criado a partir da existência de instituições suficientemente fortes que demonstram possibilidades de soluções e comportamentos diferentes dos convencionais para o grupo considerado. Fukuyama (2001, p.7) define



capital social como uma “norma que promove cooperação entre dois ou mais indivíduos” [tradução dos autores]

Ostrom (2000) verificou a existência de disposição à cooperação em grupos sociais a partir de estudos empíricos. Mesmo não utilizando o termo capital social, a autora destaca a cooperação como uma maneira de as sociedades buscarem soluções conjuntas, em busca da ação coletiva. Para tal, é necessária a existência de normas. “A ação coletiva depende da capacidade de elaboração e adaptação de regras comuns, cuja institucionalização dentro de um grupo constitui uma incitação à cooperação e ao compartilhamento” (SABOURIN, 2010, p. 145). Além disso, para que haja o alcance dos interesses comuns, é necessária a reciprocidade, elemento ligado à idéia de cooperação.

Tocqueville (apud MELIN, 2007) também observou a existência de formas de cooperação em estudos com norte americanos, aspecto por ele observado como fundamental para o sistema democrático.

Os americanos de todas as idades, de todas as condições, de todos os espíritos, estão constantemente a se unir. Não só possuem associações comerciais e industriais, nas quais todos tomam parte, como ainda existem mil outras espécies: religiosas, morais, graves, fúteis, muito gerais e muito particulares, imensas e muito pequenas; os americanos associam-se para dar festas, fundar seminários, construir hotéis, edificar igrejas, distribuir livros, enviar missionários aos antípodas; assim também, criam hospitais, prisões, escolas. (TOCQUEVILLE, 1987 apud MELIM, 2007, p.53).

Ainda que sem utilizar o termo capital social, Tocqueville destacou a cooperação como um elemento relevante para o alcance de determinados objetivos. Já Coleman (apud HIGGINS, 2005) define capital social como os recursos de uma estrutura social que permitem que os indivíduos atinjam seus objetivos. Coleman foi um dos pioneiros em propor um método de mensuração de capital social de abordagem quantitativa. Coleman destacou três características que constituem o capital social: “as obrigações e expectativas que ajudam a estruturar a confiança entre os membros da rede; a capacidade da estrutura social para gerar e colocar em funcionamento os fluxos de informação; e as normas que regem o processo”. (MATOS, 2009, p.36),

Para Putnam (1996) capital social é considerado como a fonte de onde surgem as interações cooperativas, que são expressas em distintas formas de associação da comunidade cívica. Putnam focou seus estudos na Itália e encontrou no capital social a variável que diferenciava os estágios de desenvolvimento entre as regiões Norte e Sul. Posteriormente, no final do século XX, realizou estudos na América do Norte, assim



como Tocqueville, identificando, no entanto, um decréscimo no capital social em relação à primeira metade do século.

Verifica-se que o capital social está na estrutura das relações entre os indivíduos, e não nos indivíduos em si, apesar do esforço individual necessário para a construção das redes de relações que fundamentam o conceito. Fundamenta-se na maneira como as relações entre os membros do grupo se estabelecem, se estão pautadas na cooperação, confiança, segurança e reciprocidade. Higgins (2005, p.23) diz que “o capital social foi incorporado como o quinto fator de produção junto aos três fatores tradicionais, terra, trabalho, e capital físico (ferramentas e tecnologia), somados ao capital humano (educação e saúde)”.

Os conceitos apresentados demonstram uma perspectiva interdisciplinar, a partir da óptica de distintos campos das ciências sociais, o que, por um lado, favorece à disseminação do conceito e, por outro, gera discussão sobre os métodos e técnicas necessários para aferir o nível de capital social de um grupo. Essa situação gerou uma multiplicidade metodológica para mensuração de capital social, como é apresentado posteriormente.

Relação entre capital social e comunicação

A relação entre capital social e comunicação fica evidente na abordagem dos autores que discutem capital social e formas de cooperação. Ostrom (2000), ao discutir as formas de relações entre as pessoas, destaca a importância do tipo de informação que é disponibilizada sobre ações passadas para compreender os tipos de indivíduos e como eles podem eles mesmos mudar variáveis estruturais, de modo a aumentar as probabilidades de cooperação para o crescimento ao longo do tempo.

Já Putnam (1995) deixa a relação mais explícita ao responsabilizar a televisão como fator de diminuição do capital social na América, alegando que com a disseminação dessa mídia houve um decréscimo do acesso a informações por jornais. Apesar disso, a dimensão comunicação não aparece de maneira explícita no instrumento de coleta de dados, como demonstrado adiante nesse artigo no Quadro 2. A perspectiva de Putnam é passível de questionamento por ser datada, visto que reflete um contexto midiático ultrapassado, reconfigurado pela revolução digital das mídias. Segundo Matos (2009), Putnam defende que o capital social é destruído pela televisão, uma vez que as pessoas deixam de exercer atividades sociais para acompanhar a programação da televisão. “Cada hora adicional de TV significa uma redução de 10% aproximadamente



na maioria das formas de ativismo cívico: menos reuniões públicas, menos membros para comitês locais, menos cartas enviadas ao congresso etc” (PUTNAM apud MATOS, 2009, p.55). Há uma associação evidente entre avanço tecnológico e diminuição da integração social na perspectiva do autor. Verifica-se, também, que a abordagem de Putnam sobre capital social está mais relacionada à participação cívica, exercício da democracia e política.

Com a reestruturação do cenário midiático global, a tese de Putnam perde a validade, pois a estrutura em rede das mídias, ao invés de isolar, possibilita a conexão de pessoas. Atenta-se ao fato de que a conexão em rede é um elemento que favorece o agrupamento social de uma maneira distinta do contexto anterior a esse sistema de mídias, uma potencialidade, e não uma relação obrigatória. Muitos dos grupos formados em ambiente *on line* carregam em si a efemeridade, o que revela um baixo nível de capital social. Formula-se a hipótese de que os grupos formados *on line* tendem a ser duráveis e atuantes quando a causa que os une são laços sociais sólidos gerados através da interação social (WATTS, 2003, p.75), que podem ser reflexo de uma história social anterior *off line*.

Ressalta-se também que essa configuração midiática, cuja característica marcante é o amplo acesso à informação, imprime suas marcas culturais em todas as esferas da sociedade, de maneira mais ou menos direta e, portanto, não pode ser desconsiderada. Essa primeira abordagem sobre as relações entre capital social e comunicação versa que a formação de redes de relacionamento, premissa do capital social, envolve a questão midiática direta ou indiretamente, especialmente no contexto comunicacional contemporâneo pautado em comunicação em rede.

Uma segunda abordagem que estabelece a relação entre capital social e comunicação centra-se nas propostas metodológicas para mensuração de capital social, que contempla em seus instrumentos de coleta de dados a dimensão acesso à informação. Tal fato decorre do próprio conceito de capital social, que presume a interação social por meio da formação de grupos e redes de relacionamento, que por sua vez fazem uso da comunicação para viabilizar os agrupamentos (CARNIELLO, 2010). A comunicação é condição para qualquer agrupamento humano. Os instrumentos, no entanto, tal qual o proposto por Grootaert et al (2003), se limitam a diagnosticar o acesso dos respondentes às mídias, sem considerar a tipologia de informação e ocasião de uso, o que, segundo a ideia defendida nesse artigo, são elementos fundamentais para verificar a relação entre comunicação e o acúmulo de capital social. Formula-se a



hipótese de que o acesso a uma mídia pode tanto ter efeito socializador quanto alienante, dependendo do tipo de informação e do uso que se faz do conteúdo acessado.

Um terceiro aspecto que ilustra a relação entre capital social e comunicação é o acesso à informação como aspecto de reforço à democracia participativa. A transparência da comunicação governamental e a garantia do amplo acesso à informação são situações necessárias para o ambiente democrático contemporâneo, de maneira a viabilizar o acesso à informação para a livre ação e opinião do cidadão. Considerando que as discussões políticas raramente decorrem da intercomunicação pessoal, e sim são mediatizadas, a transparência e o equilíbrio do processo democrático dependem integralmente do acesso equilibrado à informação e às mídias.

Instrumentos de coleta de dados para mensuração de capital social

Os instrumentos para mensuração de capital social são variados. Verifica-se a necessidade de adaptação ou mesmo elaboração dos instrumentos em função das características dos grupos estudados. O Quadro 1 sistematiza cinco instrumentos de coleta de dados propostos por instituições de pesquisa distintas, comparadas quanto à sua estrutura. Para tal, foram considerados os seguintes aspectos: dimensão, que consiste na organização temática dos assuntos abordados nos instrumentos; quantidade de questões; e tipos de questões formuladas. Foram considerados os instrumentos elaborados pelas seguintes instituições e/ou pesquisadores: Banco Mundial, New South Wales Study, World Values Survey, Núcleo de Estudos Populacionais da Unicamp – Nepo e Putnam.

A análise dos instrumentos de dados permite verificar se e como o acesso à informação é considerado na mensuração da coleta de dados, de acordo com a premissa considerada nesse artigo.



Comparativo entre instrumentos de coleta de dados para mensuração de capital social					
	Banco Mundial	New South Wales Study	World Values Survey	Nepo	Putnan
Dimensões	Grupos e redes Confiança e solidariedade Ação coletiva e cooperação Informação e comunicação Coesão e inclusão social Autoridade e ação política	Não consta divisão precisa entre dimensões, apenas há uma divisão das questões de dados demográficos para caracterização da amostra e as específicas sobre capital social	Não faz divisão das dimensões	Faz a divisão entre o quadro sociodemográfico e relações sociais, que se subdivide relações pessoais, familiares, amigos e vizinhos, poder público.	Divide o questionário em seis dimensões: Identificação de grupos; confiança; confiança em instituições; empréstimos; redes; ações cívicas e dados demográficos
Número de questões	95	50	258	43	16
Tipos de questões	Múltipla escolha Dicotômicas Escala de concordância Abertas	Escala de quatro graus Múltipla escolha	Escala de satisfação Múltipla escolha Dicotômicas	Múltipla escolha Dicotômicas Abertas	Abertas Múltipla escolha Escala Likert

Quadro 1 - Comparativo entre instrumentos de coleta de dados

Fonte: Elaboração dos autores, 2011.

Apenas dois dos instrumentos de coleta de dados, o do Banco Mundial e o do World Values Survey, fazem questões relacionadas ao acesso à informação, sendo que o primeiro apresenta questões bem mais detalhadas sobre o acesso à informação.

Além das dimensões identificadas nos instrumentos de coleta de dados, conforme Quadro 1, Uphoff (2000) propõe uma categorização de variáveis no processo de mensuração de capital social, agrupando-as nas formas cognitiva e estrutural. A cognitiva refere-se à confiança, cooperação, reciprocidade e solidariedade e a estrutural refere-se aos papéis, regras e relações sociais. O acesso à informação, dependendo do conteúdo acessado e situação de uso, permeia as duas formas de capital social.

Categorização das mídias e tipos de informação

Para fundamentar a elaboração de um instrumento de coleta de dados que avalie a relação entre acesso à informação e formação de capital social, faz-se necessária a adoção de um critério para categorização da comunicação. Adotou-se nesse artigo a proposta de Melo (2010) que primeiramente categoriza os níveis de comunicação, para situar a comunicação midiática em relação às outras formas comunicacionais, conforme apresentado no Quadro 2, para posteriormente apresentar uma proposta de categorização dos gêneros de comunicação midiática (Quadro 3).



Níveis de comunicação			
Individual	Organizacional	Societária	Inter/nacional/cultural
<ul style="list-style-type: none">• Intrapessoal• Interpessoal• Grupal	<ul style="list-style-type: none">• Formal• Informal	<ul style="list-style-type: none">• Midiática• Comunitária	<ul style="list-style-type: none">• Glocal (Popular)• Global (Informatizada)

Quadro 2 – Níveis de Comunicação
Fonte: Melo, 2010

Gêneros da comunicação midiática	
Midiacêntricos	<ul style="list-style-type: none">• Impressos• Cinematográficos• Radiofônicos• Televisivos• Ciberespaciais
Conteudísticos	<ul style="list-style-type: none">• Educativos• Entretenimento• Persuasivos• Jornalísticos

Quadro 3 – Gêneros da comunicação midiática
Fonte: Melo, 2010

A partir dos gêneros apresentados acima, necessários para orientar uma melhor visão sobre o cenário midiático contemporâneo, apresenta-se nos resultados desse artigo o instrumento de coleta de dados proposto para relacionar o acesso à informação com a formação do capital social.

Método

A pesquisa caracteriza-se como exploratória quanto aos objetivos, de abordagem qualitativa, com coleta de dados bibliográfica. Como base de investigação para fundamentar a proposição de um instrumento de coleta de dados que verifique de maneira mais detalhada a relação entre acúmulo de capital social e comunicação, foram analisados, a partir de pesquisa bibliográfica e documental, instrumentos existentes e já validados por pesquisas anteriores, conforme apresentado na revisão de literatura. A partir desse referencial teórico, é apresentado, na seção resultados e discussão, o instrumento de coleta de dados proposto.

Resultados e discussão

A seguir é apresentado instrumento de coleta de dados proposto para mensurar a relação entre acesso à informação e acúmulo de capital social. O questionário foi pré-testado de maneira a evitar inconsistências, tais quais dificuldade de interpretação das respostas por parte dos respondentes, falhas na sequência das questões sob a perspectiva do grau de complexidade e organização dos assuntos e questões dúbias ou repetidas.



O instrumento de coleta de dados proposto partiu de uma categorização dos níveis de comunicação, tal qual proposto por Melo (2010), conforme demonstra o Quadro 4.

Dimensões do questionário quanto aos níveis de comunicação	
Dimensões	Quantidade de questões
Individual	3
Organizacional	3
Societária	3
Inter/nacional/cultural	2

Quadro 4 – Dimensões do questionário
Fonte: Elaborado pelos autores, 2011.

Abaixo apresenta-se o instrumento de coleta de dados proposto para verificar o acesso à informação, para que se relacione esse item ao capital social acumulado.

QUESTIONÁRIO PARA MENSURAÇÃO DO ACESSO À INFORMAÇÃO

A - Comunicação individual

1. Você possui telefone?

- sim, somente fixo
 sim, somente celular
 sim, fixo e celular
 não possui

2. Você costuma utilizar os serviços dos correios para enviar correspondências?

- sim não eventualmente

3. Indique na lista abaixo as pessoas com as quais você costuma conversar frequentemente (pelo menos uma vez por mês). Assinale quantas alternativas forem necessárias.

- Parentes
 Amigos
 Vizinhos
 Membros de grupo religioso
 Colegas de trabalho (fora do ambiente de trabalho)
 Grupos ou associações
 Membros de partidos políticos
 Membros do governo
 Líderes comunitários
 Outros _____

B - Comunicação organizacional (apenas respondem os entrevistados que exercem atividade profissional, seja remunerada ou voluntária)

4. No seu trabalho, você recebe todas as informações necessárias para desempenhar bem as suas funções?

- sim não parcialmente

5. Você se considera bem informado sobre a empresa na qual você trabalha ou sobre a atividade que você desempenha?

- sim não parcialmente

6. Indique a três fontes de informação mais importantes pelas quais você se informa a respeito da empresa na qual você trabalha ou sobre a atividade que você desempenha.



- colegas de trabalho
- meus superiores
- jornal da empresa
- intranet
- internet
- e-mail
- televisão
- jornal impresso
- revista
- clientes

C - Comunicação societária

7. Indique a frequência com que você acessa os meios de comunicação abaixo:

	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Eventualmente	Nunca, apesar de ter acesso	Não tenho acesso
Televisão						
Cinema						
Rádio						
Jornal impresso						
Revista						
Internet						
Telefone fixo						
Telefone celular						

8. Indique quais tipos de conteúdos e/ou programas você vê/ lê nos meios de comunicação abaixo (indique quantas alternativas forem necessárias):

	Educativo	Entretenimento	Publicitário	Jornalístico
Televisão				
Cinema				
Rádio				
Jornal impresso				
Revista				
Internet				
Telefone celular				

9. Indique a opção que melhor retrata a sua participação na produção de conteúdo para os meios de comunicação listados abaixo

	Sim, eventualmente	Sempre	Nunca
Participação ou entrevista em algum programa de televisão			
Participação ou entrevista em algum programa de rádio			
Entrevista ou redação de texto para jornal impresso			
Entrevista ou redação de texto para revista impressa			
Elaboração ou produção de conteúdo para site ou blog			
Participação de redes sociais digitais com finalidade pessoal			
Participação de redes sociais digitais com finalidade profissional			

D - Comunicação Inter/nacional/cultural

10. Indique as três fontes de informação mais importantes pelas quais você se informa a respeito do que o governo está fazendo.



-] Parentes, amigos e vizinhos
-] No comércio local
-] Jornal impresso local ou da comunidade
-] Revista
-] Rádio
-] Televisão
-] Grupos ou associações
-] Colegas de trabalho ou sócios
-] Associados políticos
-] Líderes comunitários
-] Agentes do governo
-] ONGs
-] Internet

11. Indique as três fontes de informação mais importantes pelas quais você se informa a respeito do mercado de trabalho.

-] Parentes, amigos e vizinhos
-] No comércio local
-] Jornal impresso local ou da comunidade
-] Revista
-] Rádio
-] Televisão
-] Grupos ou associações
-] Colegas de trabalho ou sócios
-] Associados políticos
-] Líderes comunitários
-] Agentes do governo
-] ONGs
-] Internet

Ressalta-se que esse é um instrumento de coleta de dados que não substitui os instrumentos existentes para mensuração de capital social, e sim os complementa. Sugere-se a aplicação desse instrumento nos grupos nos quais se almeje, além de mensurar o capital social, verificar a relação entre acesso à informação e o acúmulo de capital social. Tal relação adquire relevância no contexto comunicacional contemporâneo, caracterizado pela multiplicidade midiática, estrutura em rede e facilidade de acesso à informação.

Considerações finais

O objetivo desse artigo foi propor um instrumento de coleta de dados complementar para verificar a relação entre o tipo de informação acessada, categorizada quanto ao meio, conteúdo e situação de uso, e a formação de capital social.

Verificou-se, a partir do referencial teórico, que o acesso à informação é uma variável que intervém no processo de formação do capital social. A questão central enfoca na relação entre os tipos de informação aos quais os indivíduos têm acesso e a



relação com o acúmulo de capital social. A etapa subsequente dessa pesquisa consiste na validação do instrumento por meio de sua aplicação em grupos de indivíduos, para verificar a relação entre acesso à informação e capital social.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, P. **Participação, articulação de atores sociais e desenvolvimento regional e desenvolvimento regional**. Brasília: Edições IPEA. Texto para discussão n. 630, 1999. Disponível em: <http://www.unc.br/mestrado/mestrado_materiais/texto_pedro_bandeira_n.630.pdf> Acesso em: 07 jun. 2011.

BOURDIEU, P. Le capital social: notes provisoires. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**. n.31, p. 2-3, 1980. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069> Acesso em: 07 jun. 2011.

CARNIELLO, M.F. Interfaces Entre a Comunicação e os Estudos das Regiões sob a Perspectiva do Desenvolvimento. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Caxias do Sul, RS. Disponível em: <http://www.geografias.net.br/papers/14_Monica.pdf> Acesso em: 07 jun. 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DALLABRIDA, V.R. Economia, Cultura e Desenvolvimento: uma primeira aproximação sobre as origens teóricas da abordagem do tema. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. V.7, n;2, mai-ago 2011, p. 282-299. Disponível em: <<http://www.rbhdr.net/revista/index.php/rbhdr/article/view/432/249>> Acesso em: 11 jun. 2011.
D'ARAÚJO, M. C. **Capital Social**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

DURSTON, J. Construyendo capital social comunitário. In: **Revista de La CEPAL**, n.69. Dezembro, 1999.

FUKUYAMA, F. Social capital, civil society and Development. **Third World Quarterly**. Vol 22, No 1, pp 7– 20, 2001. Disponível em: <<http://intranet.catie.ac.cr/intranet/posgrado/Met%20Cual%20Inv%20accion/2008/Semana%206/Fukuyama.pdf>> Acesso em: 07 jun. 2011.

GROOTAERT et al. **Questionário Integrado para Medir Capital Social**. Grupo Temático sobre Capital Social. Banco Mundial, 2003. Disponível em: <<http://www.contentdigital.com.br/textos/comunidades/Questionario%20Integrado%20para%20medir%20Capital%20Social%20Banco%20Mundial.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2011.

HERMET, G. **Cultura & Desenvolvimento**. Petrópolis(RJ): Vozes, 2002.

HIGGINS, S. S. **Fundamentos teóricos do Capital Social**. Chapecó: Argos, 2005.

HJØLLUND, L.;SVENDSEN, G.T. **Social Capital: A Standard Method of Measurement 2000**. Disponível em: <http://www.hha.dk/nat/WPER/00-9_gts.pdf> Acesso em: 04 jan. 2011.

LEÃO, L. T. S. **Redes Sociais e Associações: uma análise do conceito de capital social**. Disponível em:



<http://www.unisuam.edu.br/augustus/pdf/ed26/artigos/rev_augustus_ed_26_02.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2011.

MARX, K. **Capital**. 16. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

MATOS, H. **Capital Social e Comunicação: Interfaces e Articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MELIM, J. M. **A Formação de Capital Social entre os Empresários de Micro e Pequenas Empresas: A Experiência dos Núcleos Setoriais do “Empreender”**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7ff4db7574e364c803256ebc004add8c/289779aba76f13b38325732800712c73/\\$FILE/Tese%20%20Jos%C3%A9%20Maria%20Melim.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7ff4db7574e364c803256ebc004add8c/289779aba76f13b38325732800712c73/$FILE/Tese%20%20Jos%C3%A9%20Maria%20Melim.pdf)>. Acesso em: 11 fev. 2011.

MELO, J.M. de. **Gêneros da comunicação de massa (Fontes)**. Material inédito. Slides. 2010.

NEVES, M. N. **O serviço social e o atendimento em rede**. 2º Simpósio Mineiro de Assistentes Sociais – Anais. Belo Horizonte, 2009, p. 43-62.

NEW SOUTH WALES STUDY. **Measuring Social Capital in Five Communities in NSW. 1998**. Disponível em: <<http://www.mapl.com.au/pdf/scquest.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2011.

NÚCLEO DE ESTUDOS DE POPULAÇÃO. **Questionário de Capital Social**. Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: <cendoc.nepo.unicamp.br/iah/.../Questionário%20Capital%20Social1.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2011.

OSTROM, E. Collective Action and the Evolution of Social Norms. **The Journal of Economic Perspectives**, Vol. 14, No. 3., 2000, pp. 137-158. Disponível em: <<http://links.jstor.org/sici?sici=0895-3309%28200022%2914%3A3%3C137%3ACAATEO%3E2.0.CO%3B2-V>>. Acesso em: 07 jun. 2011.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

SABOURIN, E. **Manejo dos Recursos Comuns e Reciprocidade: os Aportes de Elinor Ostrom ao Debate. Sustentabilidade em Debate**. 2010. Disponível em: <http://www.red.unb.br/index.php/sust/article/viewFile/1689/1311> Acesso em: 04 jan. 2011.

UPHOFF, Norman. Understanding social capital: learning from the analysis and experience of participation. In: DASGUPTA, P.; SERAGELDIN, I. **Social Capital. A multifaceted perspective**. Washington, The International Bank for Reconstruction and Development/The WORLD BANK, 2000. p. 215-253.

WATTS, Duncan J. **Six Degrees. The Science of a Connected Age**. New York: W. W. Norton & Company, 2003.

WORLD VALUES SURVEY. **WVS 2005-2006 Wave, OECD-Split Version**. Disponível em: <<http://www.worldvaluessurvey.org>> Acesso em: 04 jan. 2011.