

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Coordenadoria de Pesquisa e Pós-Graduação
I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade
Coordenadores: Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior e Prof^ª. Dr^ª. Heloiza Matos

Jornalismo, Internet e Capital Social

Pedro Luiz de O. Costa Bisneto
21 de Maio de 2008

Sumário:

Atividades do seminário	2
O conceito de UML e as fontes de informação jornalística	2
Capital social na Internet	6
Considerações finais	13
Referências bibliográficas	14
Anexo	15

I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade

Atividades

🕒 **Dia 21 de maio de 2008**, quarta-feira, 09:00–12:00h. Tema: “Bases conceituais visando à criação de UML (*Unified Modeling Language*) para pesquisa e validação qualitativa de fontes de informação jornalística”, **Palestrante:** Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior (Facasper). Debatedor: Prof. Dr. Sebastião Squirra Carlos de Moraes (Universidade Metodista de São Paulo).

🕒 **Dia 21 de maio de 2008**, quarta-feira, 13:30-17:30h. Tema: “Capital Social, engajamento cívico e TICs”. **Palestrante:** Prof^a. Dr^a. Heloiza Matos (Facasper). Debatedores: Prof^a. Dr^a. Margarida Cintra Gordinho da ONG *Communitas* e Prof. Dr. Marcelo Coutinho (Facasper).

🕒 **Local:** Fundação Cásper Líbero – São Paulo-SP

O conceito de UML e as fontes de informação jornalística

O I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade iniciou-se com a palavra do coordenador da pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, explicando a relação do evento com suas bases epistemológicas dentro da área de concentração de pesquisa mantida pela faculdade, área esta que, inclusive, possui título homônimo ao presente seminário. Em seguida, o professor apresentou os palestrantes e enfatizou a importância da oportunidade de todos participantes, discentes, docentes ou simples observadores, compartilharem das pesquisas desenvolvidas pelos acadêmicos vinculados à instituição.

Terminada as apresentações, tomou a palavra o Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior¹ que apresentou seu projeto de pesquisa de pós-doutorado pela Universidade Metodista de São Paulo, cujo título simplificado, como destacou o pesquisador, é “Bases

¹ Doutor em Jornalismo Digital pela ECA-USP e professor titular do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero.

conceituais visando à criação de UML (*Unified Modeling Language*) para pesquisa e validação qualitativa de fontes de informação jornalística”. Para aqueles que estranharam a sigla que aparece neste título, Teixeira Lima tratou logo de elucidar do que se trata: UML é um sistema que emula a escolha de fontes jornalísticas. Antes de entrar em maiores detalhes do que vem a ser este sistema, o professor se aprofundou pelos campos de estudo que englobam sua pesquisa que, além da Comunicação e do Jornalismo, envolve áreas ligadas à Tecnologia computacional e Cognição, sendo esta última, uma área de estudo que busca entender, nada mais, nada menos, que a mente humana.

O projeto em sua profundidade tecnológica – o que é possível perceber-se somente através de seu título – relaciona-se com a produção de uma *interface*, trata-se, a grosso modo, de uma tecnologia que envolve a inteligência de poderosos e gigantescos bancos de dados, os *Datawarehouses*², e a capacidade de relacionar a vastidão de dados contidos nesses bancos de forma inteligente, ou seja, um conceito tecnológico conhecido como *Data Mine*³. O *Data Mine*, por sua vez, descrito brevemente conforme seu emprego no projeto em questão, se trata de um conceito de A.I., mas não daquela A.I. do famoso filme de Steven Spielberg (*Artificial Intelligence*), e sim como sigla de *Agentes Inteligentes*, um conceito que envolve tecnologia de ponta na área de análise de dados. Os agentes inteligentes, dessa forma, estão dentro do campo de estudo que relaciona as tecnologias de inteligência computacional com a própria capacidade intelectual da mente humana, daí a importância dos estudos na área de cognição que alicerçam tal pesquisa. Não se trata de um sistema que possa “pensar” como nós humanos pensamos, mas sim de um sistema capaz de relacionar dados e “aprender” com eles, através dessa capacidade, hábil em trazer a tona dados valiosos para seus usuários, informações que vão além daquelas que inicialmente requisitadas que enriquecem qualquer pesquisa ou levantamento de dados, que agrega inteligência na busca de informações, no caso do projeto de Teixeira Lima, voltado para informações relativas às fontes jornalísticas.

Alguém pode pensar: “tudo isso apenas para a pesquisa de fontes jornalísticas?”; nesse caso, a resposta adequada seria: sim e não. Essa tecnologia e inteligência não se esgotam no próprio projeto ou em um único sistema, até porque não se trata de um sistema

² Armazém de dados; superbancos de dados relacionais.

³ Mineração de dados; pesquisa relacional de dados.

único, e sim da relação entre *vários* sistemas, tanto de armazenamento, quanto de pesquisa de dados. Tal complexidade vai além da tecnologia que será obtida somente na ocasião de conclusão do projeto, uma vez concebida essa *interface* informativa, ela abrirá portas para diversas outras aplicações. A capacidade informativa gerada por essa específica *interface* poderá ser relacionada com variados campos, inclusive o comunicacional, dos quais se atingirá novos patamares de inteligência associada ao armazenamento e pesquisa de dados, enriquecendo de forma imensurável o usufruto da tecnologia computacional (o que inclui as redes de computadores) que tanto tem auxiliado o Homem em todas suas áreas de atividade dentro da atualidade, e que, neste caso, volta-se especificamente para a área do Jornalismo.

Uma vez esclarecido o quem vem a ser o sistema, Teixeira Lima passou a enfatizar os benefícios que ele trará para os jornalistas. Em primeiro lugar, será uma forma de ampliar o campo de pesquisa jornalística com uma tecnologia que vai muito adiante de sistemas como, por exemplo, o *Google*, de modo que muitos deixem para trás a “visão simplificada do mundo” que hoje comumente afeta o trabalho de muitos jornalistas. Um avanço que representará larga ampliação do conhecimento humano que ainda hoje esbarra em muitas limitações.

Com relação às fontes jornalísticas, esse sistema tem como objetivo a tipificação de fontes de forma inteligente, assim será possível se saber qual a melhor fonte para falar de um determinado assunto. Objetiva-se, dessa forma, aumentar a qualidade e a credibilidade do trabalho jornalístico, e diminuir as “lamúrias” na relação entre o jornalista e suas fontes, não permitindo, por exemplo, a repetência contínua de uma mesma fonte. Teixeira Lima também explicou alguns aspectos da semântica de seu sistema e das instâncias que são levadas em conta nesse tipo de pesquisa, que vão desde análise curricular das fontes, sua importância, conhecimento e outras especificidades, além de detalhes que esbarram em questões que afetam o dia-a-dia dos jornalistas, dentre os quais, até a pressão e o *stress* são levados em conta. Na busca de fontes jornalísticas o mais isentas possível, o sistema procura relacionar uma série de informações como cargo, formação, proximidade com os temas (economia, tecnologia etc), conhecimentos técnicos, enquadramento com linha editorial de determinado veículo comunicacional, natureza, prestígio, dados de contato e materiais produzidos (livros, matérias etc) e outras tantas que compõem uma longa lista.

Finda a palestra de Teixeira Lima, foi a vez do orientador do projeto, Prof. Dr. Sebastião Squirra Carlos de Moraes⁴, argüir a respeito da importância do trabalho desenvolvido por seu orientando. Afirmou que “não é possível mais se entender a comunicação sem intermediação de bases tecnológicas”, e completou colocando que “o comunicador não pode sofrer de traumas pelas tecnologias, tem que saber lidar com essas novidades, esses aparatos”. E, enfim, para enfatizar a importância desse projeto e chamar a atenção para a questão tecnológica e seus *gadgets*, que cada vez mais cercam o trabalho do comunicador, Squirra afirmou que “é difícil acompanhar a tecnologia, mas é preciso tentar estar o mais próximo possível, pois elas estão cada vez mais acessíveis e indispensáveis”. Tais palavras se encaixam perfeitamente com o a necessidade de desenvolvimento do sistema proposto por seu orientando e, com certeza, sendo esse concebido, tornar-se-á indispensável para o trabalho do jornalista em um futuro bem próximo.

Algumas palavras de Sebastião Squirra

Ao responder questões dos participantes ao término de sua palestra durante o seminário, o Prof. Dr. Sebastião Squirra Carlos de Moraes comentou sobre algumas questões da imprensa na atualidade. Suas afirmações foram duras, contundentes e nos remetem a crise por qual essa instituição atravessa. Squirra afirmou sem meias palavras que o modelo de jornalismo atual, institucionalizado e de bases sindicais, praticado por empresas como a *Folha de S. Paulo* e instituições de ensino como a ECA-USP, é algo que “já morreu”. Comentou que o jornalismo impresso no Brasil “é uma bobagem” e colocou que a “*Folha* pasteurizou o jornalismo”, hoje, não há mais diferença entre os jornais e as acessórias de imprensa e, com relação às fontes, deixou claro que se compõem apenas de “ricos e poderosos, o sistema estabelecido”, enfatizando que “é o sistema que pauta o jornal”. Ainda sobre a *Folha*, esclareceu que o novo projeto do jornal nada mais é do que uma cópia do *USA Today*, no qual os jornalistas se resumem a ficar na redação, sentados à frente do computador, o trabalho de reportagem, de campo, é praticamente inexistente.

⁴ Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e Coordenador da Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo.

Para finalizar, Squirra relacionou sua crítica ao jornalismo atual com a importância do projeto de seu orientando, Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior, esclarecendo que “o problema da pesquisa do Walter é tratar de tópicos empíricos e chegar num *software* que trabalhará com muitas variáveis de natureza não-controláveis”, o que se pôde entender como as peculiaridades do gênero humano e seu livre-arbítrio, de lidar com seu humor e seu ego. Sobre o cenário atual do jornalismo, Squirra findou seu debate esclarecendo que “o novo jornalismo é o de autor”, afirmando que a produção autoral é o que diferencia o jornalista na nova era da comunicação digital.

Capital social na Internet

Na parte da tarde, o I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade iniciou-se com a palestra da Prof^a Dr^a. Heloiza Matos⁵ que apresentou o tema “Capital social, engajamento cívico e TIC’s”. Para aquele que teve um tique nervoso ao se deparar com esta última sigla, vale esclarecer tratar-se de “Tecnologias da Informação e Comunicação”. Resumidamente, Heloiza apresentou seu presente objeto de estudo que procura analisar como as tecnologias da informação e comunicação, leia-se Internet, está modificando as inter-relações das pessoas e suas ações na sociedade. O engajamento cívico é a questão em foco que busca entender qual é e como se desenrola o papel do cidadão, ou de conjuntos destes, e sua atuação na sociedade nos dias atuais, o *capital social* é uma forma de mensurar os benefícios que esses engajamentos trazem para a coletividade. Nesse contexto, a pesquisa de Heloiza tem como objetivo “buscar caminhos para uma compreensão mais clara da relação entre comunicação e capital social” (Matos: 2007, 57).

Durante a palestra, Heloiza apresentou diversos conceitos e estudos sob diferentes abordagens relacionadas ao capital social. Destacou a obra *Bowling Alone*⁶ do pesquisador norte-americano Robert Putnam, como um marco para os estudos nessa área. Em relação aos pensadores cujas linhas de pesquisa embasam o estudo em questão, citou os

⁵ Professora Doutora Livre-Docente do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA-USP, Professora titular do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero (SP) e Pesquisadora associada ao Gresec (Université Stendhal-França).

⁶ Veja: PUTNAM, Robert. *Bowling alone: America's declining social capital*. New York: Simon & Schuster, 2000.

pesquisadores Francis Fukuyama e Richard Sennet, ambos os quais abordam a questão do capital social relacionada aos conceitos de *capitalismo flexível* e *cultura da confiança*.

Antes de se aprofundar em seus estudos, Heloiza conceituou com maior exatidão o quem vem a ser capital social através com três citações: (1) daquele que originou tal estudo, o sociólogo Pierre Bordieu: “(...) o conjunto de recursos atuais e potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e inter-reconhecimento” (MATOS: 2007, 58 *apud* Bordieu: 1980, 2); (2) da interpretação da estudiosa Sophie Pontieux sobre os estudos de Bordieu:

Estar socialmente inserido no grupo significa, para o indivíduo, a busca de proveitos materiais e simbólicos e, entre os membros, implica na transformação das relações contingentes (vizinhança, trabalho, parentesco, necessárias e escolhidas), implicando obrigações duráveis subjetivamente acompanhadas de (sentimentos de reconhecimento, respeito, amizade) ou garantidas institucionalmente (Matos: 2007, 58 *apud* Pontieux: 2006, 46);

E, enfim, (3) ela própria acrescentando que “além do atributo individual, o capital social é visto como componente de ação coletiva, ativando as redes sociais” (Matos: 2007, 58). Se o capital social ativa redes sociais e, pensando na Internet como uma rede que funciona dentro do conceito comunicacional de *muitos para muitos*, logo, questiona-se: a Internet não estaria se prestando a essa valorização do capital social? Tomando a formação de redes como um vetor de valoração do capital social, e a Internet como a grande rede que permite aproximar pessoas, parece claro que a grande rede mundial tem o potencial e estaria trazendo benefícios para a coletividade que a usufrui. Analisar o cenário atual para compreender de forma ampla o que está acontecendo é a abordagem de Heloiza para comensurar o capital social gerado pela Internet.

Em seguida, Heloiza apresentou diversos outros estudiosos que vêm colaborando para a compreensão ampla deste conceito e suas importantes colocações sobre o tema, entre os quais temos, por exemplo, James Coleman, que distingue capital físico, humano e social, sendo que este último seria: “(...) constituído por três características: as obrigações e expectativas que ajudam a estruturar a confiança entre 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: 2007, 59), e Alejandro Portes, que define capital social da seguinte forma: “Para possuir capital social, um indivíduo precisa se relacionar com outros, e são estes – não o próprio – a verdadeira fonte de seus benefícios” (Matos: 2007, 59 *apud* Portes: 2000, 139).

Uma vez entendido o que vem a ser capital social, Heloiza aponta para os objetivos que estão em jogo dentro deste campo de estudo que, dentro da concepção anglo-americana (que segue em grande parte a linha de estudo de Putnam), podem ser entendidos como:

(...) compreender como atores sociais e as instituições podem, partindo de interesses comuns, atingir objetivos comuns, por meio de ação conjunta qualitativamente diferente de uma simples agremiação quantitativa. E a condição essencial para que isto ocorra, é que o indivíduo pertença a uma comunidade civicamente engajada, participando em variadas redes de interação (Matos: 2007, 59).

Enfim, entre outros importantes estudos citados, Heloiza destaca um estudo de André Lemos, quem se baseia no conceito do capital social como um fator centrado pela coletividade e a inteligência que desta advém⁷, que pode ser entendido como a somatória de quatro diferentes instâncias, os capitais, social, intelectual, cultural e técnico⁸ (Ver Matos: 2007, 59). Nesta última instância, o capital técnico, a pesquisa de Heloiza busca compreender o papel da Internet como aparato técnico/tecnológico na valorização do capital social.

Na questão que relaciona o capital social com a Internet, Heloiza aponta os estudos de Anabel Quan-Haase e Barry Wellman, que propõem três diferentes formas de abordar essa relação, a primeira delas aponta para uma transformação positiva do capital social através da Internet:

⁷ Conceito do filósofo francês Pierre Lévy desenvolvido nas obras *Cibercultura* (1997) e *Inteligência Coletiva* (1994).

⁸ Sobre essa específica instância, Lemos coloca, “(...) o capital técnico seria a soma do estado geral das técnicas, redes de transporte e de comunicação, mídias, computadores, softwares, suportes de memória e de percepção coletiva” (Lemos: 2003, 4). Veja em Matos: 2007, 61.

(...) alguns fatores contribuem para que a internet ofereça um meio a mais de comunicação para comunidades com interesses comuns. Além dos baixos custos de aquisição-uso do computador e sua natureza assíncrona, a Internet conduz a uma transformação no contato social e no envolvimento cívico, permitindo agregar as redes sociais dispersas e a criar movimentos de solidariedades locais e grupais (Matos: 2007, 64).

A segunda abordagem parte do pressuposto que a Internet diminui o capital social: “com suas capacidades de informar e entreter, a Internet afasta as pessoas da família e os amigos. Ao facilitar a comunicação e o envolvimento global, a Internet tende a reduzir o interesse do internauta pelas questões próximas da vida pública e da comunidade local” (Matos: 2007, 64-65). Por fim, a terceira abordagem enfatiza que a Internet suplementa o capital social: “As pessoas usam a internet, o telefone fixo ou móvel, o *iphone* e o contato pessoal, no entanto, continuam mantendo seus *hobbies* e interesses políticos *offline*. Isso sugere que a Internet pode contribuir para ampliar os padrões existentes de contato social e de envolvimento cívico” (Matos: 2007, 65).

Após essas explanações, Heloiza tratou de comentar alguns apontamentos verificados em seus estudos até o presente momento. Comparando TV e Internet, enfatizou que, enquanto a TV tem culpa na redução do capital social, pois a vocação do meio para o entretenimento seria responsável pela criação de uma visão mais cínica do mundo, já a Internet, ao contrário, alia o indivíduo no engajamento de interação social físico e coletivo. A professora, embora não tenha afirmado de forma contundente, deixou transparecer sua intuição positiva em relação à Internet como meio de conscientização e engajamento. Nesse sentido, a grande questão que se coloca é saber se a Internet será um mero veículo de entretenimento ou um meio vetor de engajamento físico – ou ambas. Os exemplos concretos do papel da Internet em relação à valorização do capital social ficaram a cargo do professor Marcelo Coutinho Lima, cuja palestra teve curso em seqüência as palavras da Heloiza e da debatedora Margarida Gordinho.

O debate

A palestra vespertina do I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade contou com a participação da Prof^a. Dr^a. Margarida Cintra Gordinho⁹, que explanou sobre o cenário e as iniciativas brasileiras de valorização do capital social. Margarida Cintra falou sobre problemas sociais nacionais e suas respectivas relações governamentais, e as tentativas de valorização do capital social dentro de um país cuja realidade é de grandes massas carentes. O fim da LBA (Legião Brasileira de Assistência) e a criação de novas ações independentes e não-governamentais, entre as quais se destacam iniciativas de diversas ONGs, programas de combate ao analfabetismo e de inclusão digital, são exemplos de iniciativas que vêm modificando o cenário do capital social no Brasil.

Margarida Cintra explicou que os novos programas sociais estão abandonando uma visão paternalista, de origem estatal, para privilegiar iniciativas da própria sociedade civil através de diferentes formas de engajamento, esse novo paradigma estaria assim, valorizando o capital social no nosso país.

A Internet e o capital social – Exemplos

A palestra do Prof. Dr. Marcelo Oliveira Coutinho Lima¹⁰ trouxe diversos exemplos do meio *Internet* como valorizador do capital social. Coutinho Lima expôs que, no início, a mídia seguia o padrão comunicacional de *um para muitos* institucionalizado no decorrer dos últimos séculos pelos tradicionais veículos que compunham o *mainstream media* (TV, rádio e jornais e revistas). Com a Internet, surgiu o novo padrão *muitos para muitos*, com isso, permitindo interações comunicacionais criativas e inovadoras, como os exemplos citados de sites como *Dig*, *Jost*, a realidade virtual *Second Life*, as redes sociais e os blogs. Comparou o fenômeno de ascensão da Internet em relação às “velhas” mídias com o surgimento da prensa gráfica de Gutenberg em meio ao “monopólio” do conhecimento mantido pela Igreja Católica durante a Idade das Trevas.

⁹ Doutora em Sociologia pela USP/SP.

¹⁰ Doutor em Sociologia pela USP/SP, Diretor executivo do Ibope Inteligência e professor titular do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero.

Coutinho Lima afirmou que apesar das dificuldades de medição de audiência na Internet, dado que as técnicas até hoje desenvolvidas, aplicáveis à mensuração de audiência de meios estanques como os do *mainstream media*, são difíceis ou impossíveis de serem replicadas no novo meio digital, em contrapartida, a Internet permite mensurar confiança, reciprocidade e outros elementos que compõem o capital social. Discorreu sobre os números da Internet no Brasil, que dispõe uma base de usuários maior que a população de países como Argentina e Espanha apesar da baixa inclusão digital, com meros 20% da população incluída ao novo ambiente. As classes C e D são as que mais têm contribuído para o aumento de internautas no Brasil, classes em que as *lan houses* correspondem a 50% do acesso ao mundo das redes computacionais; outro dado aponta o brasileiro como principal usuário doméstico da Internet, com o maior número de horas conectado à rede dentro de casa. O dado mais relevante, porém, que demonstra a valorização do capital social no Brasil através da Internet são as redes sociais, o país apresenta o maior percentual de acesso a comunidades virtuais a nível comparativo mundial, fato atribuído ao povo daqui ser mais *caliente*, países cujos povos são considerados “frios”, como a Alemanha, são os que possuem menor percentual. Esses números explicitam o fato da Internet no Brasil já ser um meio comunicacional com forte peso de atuação na sociedade, sendo assim, pipocam pela grande rede diversas iniciativas que demonstram como ela vem colaborando para a valorização do capital social. Coutinho Lima exemplificou algumas iniciativas atuais que demonstram essa valorização.

O primeiro grande exemplo de como a Internet e outros aparatos tecnológicos (celulares, handhelds, etc), vêm alterando a relação das pessoas na sociedade e, em especial, com a mídia, fator que demonstra a valorização do capital social com a introdução da rede no palco midiático – já que as pessoas agora têm novas formas de se relacionar e se informar, com novas alternativas de irradiar e chegar à informação –, é o famoso e odioso caso dos bandidos do PCC (Primeiro Comando da Capital). Isso mesmo, o que antes era piada de estória em quadrinhos¹¹, agora é realidade, crime organizado tem sigla, se organiza como instituição partidária e, mais, tem acesso à mídia eletrônica e digital. Entretanto, o que Coutinho Lima destacou como fato comprovador do valor da comunicação no novo meio não é a informatização da máfia, se deu na ocasião do “toque de recolher” que parou a

¹¹ Veja em anexo ao final do texto.

cidade de São Paulo em 2006, quando as pessoas deixaram as ruas pois confiaram mais na informação que perambulou pela mídia digital do que nos informes oficiais veiculados pelo *mainstream media* – que, pelos informes oficiais, negava a existência do estado de sítio implantado pelo PCC. Trata-se de um exemplo de como a nova mídia tem mais confiabilidade do que se imagina e, sendo assim, pode ser um forte vetor de valorização do capital social como já vem sendo em diferentes graus.

Outro fator que aponta para uma valorização do capital social através da Internet, também relacionado com a pesquisa do Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior quando este chamava atenção para as “lamúrias” do processo jornalístico de pesquisa de fontes – está na afirmação de Coutinho Lima em que “o custo de uma segunda opinião no *broadcast* é caro, na web, é zero, é um clique”. Uma afirmação que exemplificou citando a dificuldade que hoje em dia os médicos têm ao lidarem com seus pacientes “bem informados”, pacientes que não mais aceitam passivamente as recomendações de um único médico, pois dispõem de acesso a informações médicas e de saúde, bem como a opinião de outros médicos por meio do novo mundo midiático interconectado guiado pelo paradigma comunicacional de *muitos para muitos* erguido pela grande rede e as tecnologias de inteligência binária.

Para finalizar, Coutinho Lima enfatizou que, se a Internet – um ambiente que permite a valoração do capital social – está mudando a maneira como as pessoas buscam seus formadores de opinião, ela representa, em maior amplitude, uma “reconfiguração dos meios comunicacionais”.

Considerações finais

A única consideração final sobre os objetos de estudo revelados e descritos no I Seminário de Comunicação na Contemporaneidade, é corroborar as idéias, palavras e estudos discorridos pelos palestrantes e debatedores, pois cremos que ao se citar as plataformas digitais como revolucionárias, entendemos que revolução é isso aí, é a passagem de um estado instituído para outro com características evolutivas, com maior positividade, benefício coletivo e, inclusive, democratizado (embora possam existir diversos exemplos que nos levem ao oposto, ao retrocesso). Seguindo nessa linha de reflexão e entendendo o que vem a ser capital social, expõe-se o fato da Internet estar modificando o cenário midiático até então institucionalizado, principalmente ao que tange o acesso à informação e a capacidade conectiva dos indivíduos atuando em rede, sendo assim, muito se precisa estudar a respeito dessa nova e *revolucionária* mídia na contemporaneidade.

Fica evidente que estudar a comunicação em seu contexto atual significa estudar e buscar a compreensão do novo meio midiático erigido com a Internet, e das diversas tecnologias e aparatos binários que hoje compõem essa extensa e ampla rede comunicacional. Os temas debatidos nesta jornada foram grandes exemplos desta necessidade, por um lado, a busca por uma tecnologia que visa engrandecer o trabalho jornalístico pelo aparato de rede, por outro, uma pesquisa que objetiva entender como essas tecnologias estão beneficiando a coletividade através de novas associações que valorizam o capital social. Entre as duas pesquisas, uma certeza: tem algo novo no ar, ou seria mais correto dizer: tem algo novo na rede?

Referências bibliográficas

- Artificial Intelligence*. Steven SPILGERG. EUA: Dreamworks, 2001.
- BARQUERO, Marcello e CREMONESE, Dejalma (orgs). *Capital social - teoria e prática*. Editora Unijuí, Ijuí, 2006.
- BORDIEU, Pierre. “Le capital social: notes provisoires”. *Actes de la recherché in sciences sociales*, nº 31, 1980, pp.2-3.
- COLLEMAN, James. “Social capital in the creation of human capital”. *American Journal of Sociology*, nº 94, Supplement, 1988, pp. 95-120.
- Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press, 1990.
- FUKUYAMA, Francis. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- HERGÉ. *Tintin in America*. (Paris: Casterman, 1945) New York: Little, Brown and Company, 1979.
- LEMONS, André. “Cibercidades: um modelo de inteligência coletiva”. XXVI ° Intercom. Belo Horizonte, Núcleo de TIC’s, setembro de 2003.
- LÉVY, P. *L'Intelligence Collective. Pour une Anthropologie du Cyberspace*. Paris, la Découverte, 1994.
- LÉVY, P., *Cyberculture*. Paris, Editions Odile Jacob, 1997.
- MATOS, Heloiza. “TICs, internet e capital social”. *Revista Líbero*, ano X, nº 20. São Paulo: Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira, dez. de 2007, (pp. 57-68).
- PONTHIEUX, Sophie. *Le capital social*. Paris: La Découverte, 2006.
- PORTES, Alejandro. “Capital social : origens e aplicações na sociologia contemporânea”. *Revista sociologia, problemas e práticas*, n. 33, 2000, pp.133-158. Disponível em: <http://www.scielo.org>. Acessado em 8/8/2007.
- PUTNAM, Robert. “Bowling alone: America’s declining social capital”. *Journal of democracy*, vol. 6, n. 1, janeiro 1995, pp. 65-78.
- _____. *Bowling alone: the colapse and a revival of American community*. New York: Simon & Schuster, 2000.
- QUAN-HAASE, Anabel; WELLMAN, Barry. “How does the internet affect social capital”. In: HUYSMAN, Marleen; WULF, Volker (eds.). *IT and social capital*. Draft 4, november 12, 2002.
- SENNET, Richard. *A corrosão do caráter*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. “Convergências tecnológicas, mídias aditivas e espiralação de conteúdos jornalísticos”. In: Raquel Longhi e Carlos D'Andrea. (Org.). *Jornalismo convergente. Reflexões, apropriações, experiências*. 1ed. Florianópolis/SC: Insular, 2012, v. 1, p. 107-124.
- _____. *Jornalismo Online*. São Paulo: Arte e Ciência, 1998.

Anexo

Abaixo, trecho da estória do personagem **Tintim, o Repórter** – criado pelo escritor e desenhista belga, Hergé – na aventura intitulada *Tintim na América*, publicada originalmente em Paris, 1945.

