

# Identificação, Comunidade e Capital Social: do processo de construção identitário à cooperação na comunidade.

Cintra, Lucas Araujo de Oliveira y Rosolino, Maria José.

Cita:

Cintra, Lucas Araujo de Oliveira y Rosolino, Maria José (2020). *Identificação, Comunidade e Capital Social: do processo de construção identitário à cooperação na comunidade. XX Congresso Nacional de Iniciação Científica. SEMESP, São Paulo.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/lucascintra/3>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/p6wz/CZU>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*



## 20º Congresso Nacional de Iniciação Científica

**TÍTULO:** IDENTIFICAÇÃO, COMUNIDADE E CAPITAL SOCIAL: DO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIO À COOPERAÇÃO NA COMUNIDADE.

**CATEGORIA:** EM ANDAMENTO

**ÁREA:** CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

**SUBÁREA:** Comunicação Social

**INSTITUIÇÃO:** UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI - UAM

**AUTOR(ES):** LUCAS ARAÚJO DE OLIVEIRA CINTRA

**ORIENTADOR(ES):** MARIA JOSÉ ROSOLINO

## RESUMO<sup>1</sup>

A presente pesquisa objetiva compreender como o processo de identificação, auxiliado pelos movimentos sociais possui a capacidade de fomentar o capital social. Ela se desenvolve em duas etapas: a pesquisa bibliográfica sobre os temas identidades coletivas, capital social e movimentos sociais, subdividindo-se quando pertinente; e a análise de conteúdo e do discurso de produtos audiovisuais do movimento comunitário UNAS Heliópolis, este último ainda a ser realizado.

## INTRODUÇÃO

Com o avanço das plataformas de redes sociais e do acesso à internet, a possibilidade de se fazer representado perante os outros aumenta cada vez mais. Esse fenômeno vem acompanhado da quantidade infinita de parâmetros para a constituição da identidade individual, mas não só. Os grupos também estão usando de aparato tecnológico para mostrarem sua versão da história.

Esse fenômeno, além de criarem orientações identitárias antes ainda não exploradas, promove a cooperação de indivíduos que se organizam e se mobilizam em torno do processo de construção de suas identidades coletivamente. É essa mobilização dos sujeitos-atores, a partir de suas identidades, que acaba gerando um novo tipo de troca cultural/subjectiva. Assim, o próprio processo de construção identitária resultante da atuação do movimento social o promove, num *continuum*. Essa dinâmica constitui o movimento como uma comunidade e é a constituição/manutenção dessa comunidade que resulta no capital social.

## 2. OBJETIVOS

Esta pesquisa se dedicou à investigação de como o processo identitário poderia resultar na formação do capital social, a partir da análise dos conceitos presentes no problema de pesquisa. Se empenha na sistematização do conceito de identidade social se inter-relacionando com os movimentos sociais. Parte então para a compreensão do capital social e como ele se relaciona com os demais conceitos estudados. Num segundo momento, esta pesquisa se empenhará na

---

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da Universidade Anhembi Morumbi.

investigação da atuação do movimento de moradia em Heliópolis, procurando apontar em sua produção audiovisual seu processo de construção identitária.

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa se configura como qualitativa, de tipo exploratória e utiliza para seu desenvolvimento dos métodos de pesquisa bibliográfica e documental. Assim, procura esclarecer os conceitos teóricos apontados e buscar informações sobre o movimento UNAS Heliópolis. Serão utilizadas as metodologias de Análise do Discurso (GILL, 2002; ORLANDI, 2020) e Análise de Conteúdo (BAUER, 2002; BARDIN, 2016) para identificar, em produtos audiovisuais da UNAS Heliópolis, como se identifica, quais processos são levados em consideração para sua identificação, como se configura enquanto movimento social popular urbano, etc.

### 4. DESENVOLVIMENTO

#### 4.1 Da identidade à busca da comunidade

Para o campo comunicacional, a identidade é a experiencialização comunicada, de maneira que o indivíduo ergue fronteiras entre ele e o outro com quem não se identifica. A possibilidade do discursar é uma questão fundamental para a identificação do indivíduo. Nesse sentido, o fazer-se presente ou representado na esfera pública, é constitutivo da identificação do Ser e seu reconhecimento pelo(s) grupo(s) (MARTINO, 2010).

Mas os parâmetros para a localização do indivíduo mudaram – e mudam – na contemporaneidade. Stuart Hall (2015), observando esse fenômeno, propõe um novo sujeito, que nasce do processo contínuo de escolhas da identidade: o sujeito pós-moderno. Ao tomar posse de diversas narrativas possíveis, o indivíduo não escolhe por um ou outro, mas por vários caminhos concomitantemente.

Castells afirma que “a construção social da identidade sempre ocorre em um contexto marcado por relações de poder” (1999, p. 24). Seguindo essa premissa, que configura nela exatamente a localização espaço-temporal do indivíduo, o autor constrói três formas para o desenvolvimento identitário: a identidade social legitimadora; a de resistência, e; a identidade social de projeto. A primeira é aquela oferecida pela classe dominante para legitimar seu domínio. A segunda,

de resistência, nasce ao fazer frente às regras/valores/poderes estabelecidos. Já a identidade de projeto é a que se desenvolve em torno de uma atuação conjunta em busca de uma realidade alternativa.

O sujeito pós-moderno, ao se deparar com várias possibilidades móveis de celebração identitária, não mais tem na identidade coletiva percebida um fator determinante. Entretanto, é essa localização espaço-temporal numa relação de poder estruturada a partir dessa mesma identidade coletiva que fornece os parâmetros nos quais o sujeito constrói o discurso identitário. É esse processo de percepção baseado nas relações culturais que determina **até onde** o sujeito pode ir e agir (WOODWARD, 2007). Nesse sentido, os sujeitos procuram conciliar suas referências comuns aos grupos dos quais fazem parte dentro de uma dada localização espaço temporal (BAUMAN, 2003; 2005).

Justamente no processo de conciliação existente entre o sujeito e o grupo que surge a comunidade. Essa busca pelo pertencimento não é nova, mas se intensifica na pós modernidade. Com a possibilidade quase ilimitada de parâmetros para a constituição da identidade, é na comunidade que os atributos subjetivos tomam solidez (BAUMAN, 2003). Resultando disso, vem a aprovação dos que agem como iguais e a reprovação dos diferentes. O sujeito descentralizado tem, então, na comunidade e nos pares uma materialização de **como** deve se portar para ser aceito.

Para Bauman (2003) a comunidade é algo a ser alcançado. Nesse sentido, a identidade de projeto, definida por Castells (1999), tem especial relevância, já que é na atuação conjunta dos sujeitos em torno do ideal da comunidade a ser alcançada que é possível a constituição do movimento social.

#### 4.2 O Capital Social

Diferentes autores conceituaram o Capital Social a partir de suas óticas: Bourdieu (1986), identificando nele um ativo do indivíduo, mesmo que produzido na interação com o grupo e prevendo a necessidade de um mínimo de identificação; Putnam, Leonardi e Nanetti (1999), apontando-o como uma característica nascida no convívio associativo e, portanto, com fortes características cívicas; Franco (2001), que enxerga o conceito como a possibilidade dos indivíduos em construir uma comunidade.

É possível apontar um centro comum nas teorias a respeito do Capital Social aqui mencionadas. Há uma ligação entre as pessoas e essa ligação parece ser resultante, em primeiro lugar, da identificação mínima entre eles; e em segundo lugar, de uma capacidade de **ativação** dessa ligação inicial identitária. Essa **ativação** é que colocaria os indivíduos em movimento de troca cultural, subjetiva, e, portanto, geraria o Capital Social.

Essa ativação da ligação dos indivíduos resulta em redes sociais, as quais Franco vai chamá-las de “usinas geradoras de Capital Social” (2001, p. 395). Para o autor, é na movimentação dos sujeitos nas redes sociais onde nasce e cresce o capital social. Essas redes são formadas para o alcance das comunidades culturais: lugares de identificação que não estão baseados em uma ligação contínua espaço temporal, mas sim em valores/normas/princípios compartilhados – a identificação. Dessa maneira, o Capital Social é fonte e resultado da atuação nas redes sociais e são essas mesmas redes que solidificam a identidade do grupo através da cooperação.

## RESULTADOS PRELIMINARES

Neste primeiro momento, a presente pesquisa conseguiu concluir a investigação teórica para a resposta dos seus primeiros objetivos específicos. O Capital Social é um fenômeno que nasce na ativação das redes sociais. Essa ligação formada entre os indivíduos, se desenvolve especialmente pelas relações de identificação do sujeito com o grupo e na percepção de aceitação de si pelo grupo. A ligação entre os indivíduos então forma a atuação na busca da comunidade (a ser alcançada ou defendida), e é essa atuação, esse movimentar-se que resulta no Capital Social, conceito ambíguo, que é tanto fonte quanto resultado da comunidade. A movimentação na busca da comunidade só é possível pelo capital social que **liga** os sujeitos, e essa ligação só acontece com o Capital Social (FRANCO, 2001).

Conseguindo responder aos objetivos iniciais a que se propõe, agora é momento é da segunda parte: apontar, em produtos audiovisuais do movimento comunitário de Heliópolis (UNAS Heliópolis) como sua identidade é construída. Isso será feito a partir da Análise de Discurso e Análise de Conteúdo desses produtos.

## FONTES CONSULTADAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 2016.

BAUER, M.W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In BAUER, M.W.; e GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes. 2002.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar. 2003.

\_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar. 2005.

BOURDIEU, P. Le Capital Social: Notes Provisoires. **Actes de la Recherche em Sciences Sociales**. V. 31, pp. 2-3, Jan. 1980.

CASTELLS, M. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Vol. II: O poder da identidade. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.

FRANCO, A. **Capital Social**. Brasília: Instituto de Política Millennium. 2001.

GILL, R. Análise de discurso. In BAUER, M.W.; e GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes. 2002.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Lamparina. 2015.

HAN, B.C. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis: Editora Vozes. 2017.

MARTINO, L.M.S. **Comunicação e identidade: Quem você pensa que é?** São Paulo: Ed. Paulus, 2010.

ORLANDI, E.P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes Editores. 2020

PUTNAM, R.; LEONARDI, R., e; NANETTI, R. **Comunidade e Democracia: a experiência democrática da Itália moderna**. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2000.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. (Org.); HALL, S.; e WOODWARD, K. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2007.