

## ANÁLISE DO CAPITAL SOCIAL NA REDE SOCIAL FACEBOOK ATRAVÉS DAS LENTES DA HOSPITALIDADE

Vanuza Bastos Rodrigues, Ana Cláudia Guimarães Antunes, Elizabeth Kyoko Wada

Vanuza Bastos Rodrigues Doutoranda em Hospitalidade Universidade Anhembi Morumbi Ana Cláudia Guimarães Antunes Mestre em Hospitalidade Universidade Anhembi Morumbi Elizabeth Kyoko Wada Pós-doutora em Turismo Universidade Anhembi Morumbi

Em abril de 2016, o Facebook divulgou que no primeiro trimestre no número de usuários da rede aumentou em 16% devido à aquisição de aparelhos móveis e, que em 2015, em um só dia somou mais de 1 milhão de conexões. Segundo a Innovare (2016), são 99 milhões de usuários ativos mensalmente, sendo que 89 milhões de indivíduos acessam por meio de smartphones e tablets. Informou que oito em cada 10 brasileiros se fazem presente nesta rede social. Mediante a esta expansão desta rede social pretendeu-se analisar de que maneira os valores e o comportamento social - denominado de capital social - são elencados por parte dos estudiosos das redes sociais e, posteriormente, tratados sob as lentes da hospitalidade. Para tanto, desenvolveu-se este artigo que, metodologicamente, possui um caráter qualitativo e exploratório com a intenção de analisar o capital social, componente importante nas interações mediadas pelo Facebook, pelas lentes da hospitalidade. Para o tratamento do material obtido fundamentou-se nos ensinamentos de Bardin (1977) sendo utilizada a técnica de Análise de Conteúdo, na modalidade da inferência. A análise, mediante a discussão, considerou-se que, independente dos espaços serem físicos ou virtuais, as trocas de experiência se alteram em sua conformação, mas que os valores e as regras sociais continuam mantendo as mesmas bases ancestrais como defendido por Gotman (2009, p.13): "mais do que uma conversação ritualizada, a hospitalidade exige hoje uma autenticidade" e, tanto o comportamento como os valores contidos na formação do capital social no Facebook conservam os mesmos princípios.

Palavras-chave: Rede social: Facebook: Capital social: Hospitalidade

Referências: Bardin, L. (1977). Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70. Brotherton, B.; & Wood, R. C. (2004). Hospitalidade e administração da hospitalidade. In C. Lashley & A. Morrison. Em busca da hospitalidade: Perspectivas para um mundo globalizado (p. 191-222). Barueri: Manole. Camargo, L. O. (2008). A Pesquisa em Hospitalidade. Rev. Hospitalidade, 5(2), 15-51. Recuperado em 22 out. 2016 de <http://www.rev Hosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/574/643>. Acesso em: 22 out. 2016. Cinotti, Y. (2008). L' hospitalité touristique au service des destinations. 2008. Recuperado em 22 set. 2016 de [http://yvcinotti.free.fr/Documents/Champlain\\_Cinotti\\_2008.pdf](http://yvcinotti.free.fr/Documents/Champlain_Cinotti_2008.pdf) Darke, J.; & Gurney, C. C. (2004). Como alorjar? Gênero, hospitalidade e performance. In C. Lashley & A. Morrison. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole. Ellison, N. B.; Steinfield, C; & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12, 1143-1168. Recuperado em 25 nov. 2016 de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/pdf> Fuchs, C. (2014). Social media: a critical introduction. London: Sage. Gotman, A. (2009). O comércio da hospitalidade é possível? Rev. Hospitalidade, 6(2), 3-27. Recuperado em 12 set. 2016 de <http://www.ibhe.com.br/utl/files/Comercio%20da%20Hospitalidade%20e%20possivel.pdf> Innovare Pesquisa Opinião e Mercado. (2016). 99 milhões de brasileiros estão no facebook todos os meses. 2016. Recuperado em 3 dez. 2016 de <http://www.innovarepesquisa.com.br/blog/99-milhoes-de-brasileiros-estao-facebook-todos-os-meses/> Lashley, C. (2004). Para um entendimento teórico. In C. Lashley & A. Morrison. Em busca da hospitalidade: Perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole. Lévy, P. (2004). Inteligencia coletiva por una antropología del ciberespacio. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Recuperado em 25 nov. 2016, de <http://inteligencia colectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf> Lima, F. S. (2014). Amizades e sociabilidades escolares no Facebook: um estudo sobre a conversação online entre jovens moradores da zona rural de Pelotas. (Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade Vale dos Sinos. Lima, K. M. (2001). Determinismo tecnológico. Anais do 24º INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande. Recuperado em 20 nov. 2016 de [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/determinismo.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/determinismo.pdf) Lugosi, P. (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings, Journal of Foodservice, 19(2), 139-149. Mauss, M. (1974). Antropologia e sociologia. São Paulo: EPU/ EDUSP. Montandon, A. (2003). Hospitalidade, ontem e hoje. In A. F. M. Dencker & M. S. Bueno, Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira-Thomson. Noguera, F. T. (2013). 'Lá hospitalidade como condición necesaria para el desarrollo local. Revista Hospitalidade, 10(2), 161-212. Recuperado em 10 set. 2016, de [www.spell.org.br/documentos/download/19990](http://www.spell.org.br/documentos/download/19990) Quadros, A. H. (2011). A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. Revista Hospitalidade, 8(1), 43-57. Recuperado em 10 set. 2016, de <http://www.rev Hosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/viewFile/346/446> Recuero, R. (2013). Atos de ameaça a face e a conversação em redes sociais na internet. In A. Primo, Interações em Rede (p. 51-70). Porto Alegre: Sulina. Recuperado em 25 nov. 2016, de [www.raquelrecuero.com/arquivos/rascunhoatosdeameaca.pdf](http://www.raquelrecuero.com/arquivos/rascunhoatosdeameaca.pdf) Recuero, R. (2014). Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Verso e Reverso, 28(68), 114-124. Recuperado em 22 nov. 2016, de <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187> Recuero, R. (2012). Jogos e práticas sociais no Facebook: um estudo de caso do Mafia Wars. Comunicação e Experiência Social. Recuperado de:

<<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/livrofalcaofinal.pdf>>. Acesso em 26 nov. 2016. Recuero, R. (2009). Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina. Rheingold, H. (2002) Smart mobs: the power of the mobile many. In H. RHEINGOLD, Smart Mobs: The next social revolution. Cambridge: Perseus. Recuperado em 21 nov. 2016, de <http://www.tc.umn.edu/~mill3239/home/content/Rheingold-smartmobs.pdf> Santos, M. M. C.; Perazzolo, O. A.; & Ferreira, S. (2014). A hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor. In M. M. C. Santos & I. Baptista. Laços Sociais: por uma epistemologia da hospitalidade. Caxias do Sul: Educ. Surowiecki, J. (2004). Cien major que una, la sabiduria de la multitud o por qué la mayoria siempre es más inteligente que la minoria. Barcelona: Urano. Recuperado em 22 nov. 2016, de <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/cien-mejor-que-uno>