

INVESTIGANDO O CAPITAL SOCIAL DIGITAL EM EQUIPAMENTOS CRIATIVOS: UM ESTUDO APLICADO AO MUSEU CIDADE DA MÚSICA DA BAHIA

RODRIGO OLIVEIRA RIBEIRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

CLAUDIA DE SÁ LEMOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

FERNANDO GOMES DE PAIVA JÚNIOR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Agradecimento à orgão de fomento:

Esta pesquisa foi financiada pela Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco - FACEPE.

INVESTIGANDO O CAPITAL SOCIAL DIGITAL EM EQUIPAMENTOS CRIATIVOS: UM ESTUDO APLICADO AO MUSEU CIDADE DA MÚSICA DA BAHIA

Introdução

As formas de relacionamento entre empresas e clientes mudaram drasticamente devido ao engajamento de usuários da Web com as redes sociais online, impactando na maneira como as pessoas se relacionam. Nesse cenário destacam-se os sites de redes sociais que comportam a articulação de uma lista de conexões que oferece a possibilidade de ver e navegar por essas conexões disponibilizadas (Wasserman, Faust, 1994). Para tanto, a dinâmica das relações virtuais tende a contribuir para a formação de laços fracos, que servem de base para a formação de pontes entre o capital social (Kaufman, 2012).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Através da análise de participação dos usuários em plataformas digitais de avaliação e considerando que a formação do capital social digital (CSD) associa-se à força de cooperação entre atores em determinados contextos. Nessa perspectiva, tem-se a seguinte questão de pesquisa: Como os efeitos das avaliações em mídias sociais influenciam o CSD de equipamentos criativos? A partir desta questão, este estudo objetiva identificar os possíveis efeitos (conexões, engajamento e audiência) associados à imagem do Museu Cidade da Música da Bahia a partir da análise do seu Capital Social Digital.

Fundamentação Teórica

O conceito de capital social apresentado esta assente aos estudos de Putnam (1993), que ao citar Granovetter, enfatiza a importância de elos "fracos", ao invés de "fortes", como constituintes do capital social. Por outro lado, para Coleman (1988) o capital social está relacionado aos recursos acumulados através dos laços sociais nas redes sociais na medida em que tais recursos são valores construídos por grupos sociais. Nesse sentido, estes valores, quando concebidos por meio de sites de rede social, podem ser compreendidos como capital social digital.

Metodologia

Esta pesquisa é classificada como uma Análise Qualitativa de Dados através do software IRAMUTEQ, baseada nas técnicas de análise lexicográfica e análise de similaridade e dá suporte para realização de investigações com foco em Análise de Sentimentos pois utiliza métodos híbridos como análises léxicas e técnicas de cluster (Chim-Miki et. al., 2020).

Análise dos Resultados

Os resultados da análise lexicográfica a partir da verificação do Diagrama de Zipf e Índice Hapax confirmaram a existência de um corpus textual bem estruturado. Já a conectividade entre os termos analisados através da árvore de similitude indicaram que cerca de 80% do corpus representam sentimentos positivos, revelando que o CSD além de oferecer informações úteis para tomada de decisão e aportes metodológicos para pesquisas de imagem e relação afetiva em estudos de marketing turístico, pode contribuir para intenção de revisita, valorização da cultura e senso de pertencimento e empoderamento social

Conclusão

De modo geral, 80% da análise de sentimentos resultantes do acoplamento de palavras da árvore de similitude denotam sentimentos benéficos ao Museu da Música. Isso pode indicar que o CSD verificado sob a percepção dos usuários contribuem para revisita ao empreendimento turístico,

captação de novos visitantes, valorização da cultura, senso de pertencimento e empoderamento social da comunidade local. Os 20% restantes, apesar de indicarem efeitos negativos, apresentam pontos de atenção para gestão do museu, como por exemplo, melhoria da conexão de internet local e avaliação da acústica local.

Referências Bibliográficas

Kaufman, D. (2012). A força dos "laços fracos" de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. *Galaxia*, (23), 207-218.

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Putnam, R. (1997). *The prosperous community: social capital and public life*. *Frontier issues in economic thought*, 3, 211-212.

Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.

Chim-Miki, A. F., Kozak, M., & Aguiar, E. C. (2020). Investigating the affective image of emerging tourism destinations. *Tourism's New Markets: Drivers, Details and Directions*. 1ed. Oxford: Goodfellow Publishers, 1, 230-243.