

CIReS

1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE REDES SOCIAIS

1 e 2 JUNHO 2017 | Auditório do Colégio Espírito Santo da Universidade de Évora



Livro de Atas



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA



Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais
CICS.NOVA.UÉvora



UNIVERSIDADE
DE ÉVORA

FCT

Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Ficha Técnica

Título:

Livro de Atas do 1º Congresso Internacional de Redes Sociais | CIREs

Organização:

Saudade Baltazar
José Saragoça
Marcos Olímpio dos Santos
Joaquim Fialho
Helena Arco

Edição:

CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais

Autor:

Vários

Capa:

Logotipo_Susana Oliveira

Design_Carlos Sota

Produção técnica:

Célia Maria Lavradorinho Peralta Rodrigues

David Emanuel Arraiolos Carapinha

ISBN:

978-989-99782-3-2

dezembro 2017

Este livro teve apoio do CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa, no âmbito do projeto UID/SOC/04647/2013, apoiado pela FCT/MCTES através de Fundos Nacionais.

Nota de abertura

Com a realização 1º CIReS que envolveu mais de três centenas de analistas e investigadores de redes sociais, técnicos da intervenção social, estudantes de várias áreas científicas, docentes dos vários níveis de ensino e técnicos de organizações sociais (empresas, ONG, municípios, etc., pretendeu-se conhecer, discutir, aprofundar e disseminar dinâmicas e práticas de utilização de redes sociais em projetos de intervenção social e organizacional, assim como discutir, analisar e disseminar experiências e projetos assentes na teoria e metodologia de análise de redes sociais.

As comunicações e o *poster* que constam neste livro, possibilitaram assim aprofundar o conhecimento sobre o conceito de rede enquanto conjunto de laços diádicos todos do mesmo tipo, entre uma série de atores, ou seja, um conjunto de indivíduos que se relacionam com um objetivo específico caracterizado pela existência de fluxos de informação, realidade inerente ao nosso quotidiano quer seja ele de dia-a-dia, quer seja organizacional já que a interdependência, a interação e a inter-relação estão inerentes a todos nós, enquanto seres humanos.

Em consonância, foi dinamizado um quadro de partilha e reflexão em torno da multiplicidade das redes sociais e das metodologias para o seu estudo científico, áreas de estudo que beneficiam de influências de várias correntes, provenientes dos mais variados campos científicos (antropologia, sociologia, política, psicologia, matemática, etc.) sendo também notório que, nos mais diversos quadrantes da sociedade existem as mais diversas redes, o que suscita o estudo das relações entre entidades e objetos de várias naturezas, contribuindo para a compreensão de problemas complexos, tais como a integração da estrutura social (macro) e a ação individual (micro).

No quadro da intervenção social e organizacional, as redes sociais consubstanciam, pois, processos e dinâmicas muito complexas que foram debatidas e descodificadas no 1º CIReS, evento que pelo interesse que despertou, pela participação que recolheu e pelos incentivos que suscitou, recomenda que se lhe dê continuidade.

Votos de boas leituras e que o resultado deste trabalho contribua para aprimorar a teia que nos une, só possível com o esforço, dedicação e entre ajuda de todos nós!

A comissão organizadora

Comissão organizadora

Joaquim Fialho (coordenador)

José Saragoça (coordenador-adjunto)

Carlos Alberto da Silva

Saudade Baltazar

Carla Santanita

Marcos Olímpio

Margarida Estevinho

Carla Chainho

Ana Balão

Helena Arco

Cristina Pereira Vieira.
Universidade Aberta, Portugal

Dália Costa. ISCSP, Universidade de Lisboa, Portugal

Daniel Holgado Ramos.
Universidade de Sevilha, Espanha

Domingos Braga. Universidade de Évora, Portugal

Edson Azevedo Filho. Universidade Estadual do Norte Fluminense, Brasil

Helena Arco. Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal

Luciana Ferreira da Costa,
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Pedro Abrantes. Universidade Aberta, CIES, Portugal

Raquel Recuero. Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil

Regina Marteleto. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Sílvia Portugal. Universidade de Coimbra, Portugal

Sofia Viseu. Universidade de Lisboa, Portugal

Comissão científica

Ana Paula Cordeiro. Universidade Aberta, Portugal

António Abrantes. Universidade do Algarve, Portugal

António Moreira. Universidade Aberta, Portugal

Cristina Albuquerque. Universidade de Coimbra, Portugal

Cristina Coimbra Vieira.
Universidade de Coimbra, Portugal

Apoios/patrocinadores

Câmara Municipal de Évora

Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP

Agência para o Desenvolvimento e Coesão, IP

Fundação Eugénio de Almeida

NERE

Fundação Alentejo EPRAL – Escola Profissional da Região Alentejo

Unitate

AlentAPP

ARASS – Associação de Reabilitação, Apoio e Solidariedade Social

Adbes - Associação para o Desenvolvimento e Bem Estar Social da Cruz da Picada

Divinus Gourmet

Évora Hotel

Vitória Stone Hotel

Évora INN

Restaurante Mel e Noz

Restaurante Origens

Restaurante Parque dos Leitões

Delta Cafés

Media:

Grupo Diário do Sul

Universidade de Évora:

Departamento de Sociologia da Escola de Ciências Sociais

Departamento de Música da Escola de Artes



Associação de Reabilitação, Apoio e Solidariedade Social (A.R.A.S.S.)



Índice

Ficha Técnica	1
Nota de abertura	2
Comissão organizadora	3
Comissão científica	3
Apoios/patrocinadores	4
Índice	6
ÁREAS TEMÁTICAS	9
1 - ORGANIZAÇÕES E SAÚDE	10
FIANDO E DESFIANDO REDES POR ENTRE OS DIAS DE CUIDADOS	11
REDES DE COOPERAÇÃO NA EDUCAÇÃO EM SAÚDE	22
TECENDO REDES DE COOPERAÇÃO: O CASO DOS CUIDADOS PALIATIVOS NA FORMAÇÃO EM ENFERMAGEM	40
DINÂMICAS INTRA-ORGANIZACIONAIS NUM SERVIÇO DE SAÚDE À LUZ DA ANÁLISE DE REDES SOCIAIS	62
ORGANIZAÇÕES EM REDE. UM OLHAR DA SOCIOLOGIA SOBRE A REDE NACIONAL DE CUIDADOS CONTINUADOS NO ALENTEJO.	84
CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA (CNJ): UM CASO DE SUCESSO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL NO BRASIL E NO MUNDO	92
2 - EDUCAÇÃO E CIDADANIA E INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA	105
REDE COLABORATIVA DE ESCOLAS NO PROCESSO DE GESTÃO CURRICULAR CONTEXTUALIZADA	106
REDES SOCIAIS EM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO: A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE	134
A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	154
FACEBOOK COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: O CASO DO MUSEU DA RURALIDADE (CASTRO VERDE, PORTUGAL)	174
GRUPOS ETWINNING – A APRENDIZAGEM ENTRE PARES NA COMUNIDADE DE ESCOLAS DA EUROPA	190
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NAS UNIVERSIDADES: AS ESTRATÉGIAS DIGITAIS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DE CURRÍCULOS	208
O USO DAS REDES SOCIAIS NO COTIDIANO ESCOLAR E O IMPACTO NAS (RE)SIGNIFICAÇÕES DA AUTORIDADE DOCENTE	232
3 - TRABALHO E PROFISSÕES	252
REDES DE ACESSO AO TRABALHO. AS DINÂMICAS DAS REDES DE RECRUTAMENTO NO FUNCHAL	253
A ECONOMIA DOS SITES DE REDES SOCIAIS: UM MERCADO EXEMPLO DE MONOPÓLIOS DIGITAIS	266
A FORMAÇÃO PROFISSIONAL ATRAVÉS DO DIAGNÓSTICO SOCIO-ORGANIZACIONAL DA REDE SOCIAL	292
4 – REDES SOCIAIS LOCAIS/MUNICIPAIS	312
REDE EM PRÁTICA: O PAPEL DO PROGRAMA REDE SOCIAL	312
A REDE SOCIAL COMO MECANISMO DE INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO? AVALIAÇÃO E RECOMENDAÇÕES A PARTIR DE UM ESTUDO SOBRE COMISSÕES SOCIAIS DE FREGUESIA	324
CONFIGURAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NO ACOLHIMENTO DE NOVOS VALORES INERENTES À SEXUALIDADE PLURAL E À DA IGUALDADE DE GÉNERO	346

AS DINÂMICAS DAS RELAÇÕES ENTRE OS MUNICÍPIOS DO ALTO ALENTEJO _____	361
“PARTIR DEL NÚCLEO DESCENTRADO DEL PODER PARA ANALIZAR LAZOS DÉBILES O FUERTES. CANALES DESUNIDOS: LA RED SOCIAL PERSONAL O VIRTUAL EN LA DIFUSIÓN DE <i>CROWD RECYCLING®</i> ” _____	383
CONTRIBUTOS DAS REDES SOCIAIS MUNICIPAIS PARA A PROMOÇÃO DE TERRITÓRIOS MAIS INCLUSIVOS: O CASO DE ÉVORA. _____	407
AS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA CIDADE NOVA _____	426
O IMPACTO DA COMUNIDADE E DA REDE SOCIAL NA EFICÁCIA DA REINserÇÃO DE PESSOAS COM CONSUMOS DE SUBSTÂNCIAS PSICOATIVAS _____	441
A (IN)SUSTENTABILIDADE DO FUTURO À MESA: DESAFIOS, REDES COLABORATIVAS E AGENDAS COMUNS EM TORNO DO PROCESSO DE RELOCALIZAÇÃO DOS SISTEMAS ALIMENTARES _____	462
MELHOR DESTINO EUROPEU: A IMPORTÂNCIA DO ENVOLVIMENTO ONLINE _____	484
5 – REDES DE LUTA CONTRA A POBREZA _____	502
A DINÂMICA DAS PARCERIAS COMO ESTRATÉGIA PARA UMA CULTURA DE PROXIMIDADE NA LUTA CONTRA A POBREZA _____	503
O TRABALHO EM REDE NA CONSTRUÇÃO DE CAMINHOS PARA UMA VIDA AUTÓNOMA – O CASO DOS SEM-ABRIGO NO ALENTEJO _____	522
REDES, MISERICÓRDIAS E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO (POUCO)COLETIVAS? _____	543
6 - REDES VIRTUAIS E COLABORATIVAS _____	576
PARATLETAS OU HERÓIS? A IMAGEM ATRIBUÍDA PELOS BRASILEIROS AOS COMPETIDORES PELO OLHAR DA COBERTURA DA RIO 2016 _____	577
COMPARACIÓN DEL USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE LOS DOCENTES EN LAS DISTINTAS ETAPAS EDUCATIVAS _____	595
AS REDES SOCIAIS EM AMBIENTE DE COLABORAÇÃO INTERNA _____	616
DISPUTAS DE SENTIDO NA ESFERA PÚBLICA DIGITAL: PROTESTOS NA SOCIEDADE MEDIATEZADA _____	634
REDES SOCIAIS: O SUJEITO E AS NOVAS COMPETÊNCIAS _____	653
WHATSAPP E POLÍTICA: NOVAS FORMAS DE CIBERATIVISMO _____	668
MOBILIZAÇÃO DE PESSOAS EM GRUPOS VIRTUAIS: O PAPEL DAS LIDERANÇAS _____	688
O USO DO APLICATIVO WHATSAPP NA COBERTURA DA REBELIÃO DE ALCAÇUZ/RN PELA EMPRESA JORNALÍSTICA TRIBUNA DO NORTE _____	711
REDES DE COAUTORIA NA ÁREA DA MUSEOLOGIA DO BRASIL _____	730
ATORES DA NOTÍCIA: GRUPOS DE JOVENS NA PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DE CONTEÚDOS MEDIATEZADOS _____	749
ACESSIBILIDADE E MULTIMÉDIA: O CASO DO YOUTUBE _____	770
7 - MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO _____	792
#ESTUPRONÃOÉCULPADAVÍTIMA: A OBSERVAÇÃO SOBRE A APROPRIAÇÃO DA <i>HASHTAG</i> E IDENTIFICAÇÃO DE VALORES E NARRATIVAS DIFERENTES NO TWITTER A PARTIR DA <i>ARS</i> _____	793
LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN DE INVESTIGACIÓN _____	812
ACESSO E APROPRIAÇÃO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM REDES SOCIAIS NO BRASIL: REFINANDO A NOÇÃO DE “PARTICIPAÇÃO” _____	827
A ANÁLISE DE REDES SOCIAIS NA INVESTIGAÇÃO SOCIOLÓGICA _____	872
LA VISUALIZACIÓN Y REPRESENTACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA JURISPRUDENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN FRANCIA. _____	885
NARRATIVAS HUMANAS: A FONTE DA INFORMAÇÃO _____	905
8 - MOVIMENTOS SOCIAIS E PRÁTICAS CULTURAIS _____	926
USOS E GRATIFICAÇÕES: O CONSUMO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS _____	927
O PODER DA COMUNICAÇÃO E A ESPERANÇA: REIVINDICAÇÕES SOCIAIS E A RESSIGNIFICAÇÃO DO ENUNCIADO PUBLICITÁRIO _____	949
MEMÓRIA SOBRE A MOBILIZAÇÃO DA REDE SOCIAL NA COMUNIDADE DE TRÊS CARNEIROS – PERIFERIA DO RECIFE _____	967
TERCEIRO SETOR: ANÁLISE DA ONG “ORQUESTRANDO A VIDA” COMO EXEMPLO DE INTERVENÇÃO EXITOSA NO ENSINO DA MÚSICA NA PERSPECTIVA DA PEDAGOGIA SOCIAL _____	986

AS “VIDEOGRAFIAS DE SI” COMO EXPERIÊNCIA COMPARTILHADA: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS E ITINERÁRIOS DAS NARRATIVAS EM VÍDEO DE JOUT JOUT PRAZER _____	1002
ANÁLISE DO USO DE IMAGENS POR PROTESTANTES NAS REDES SOCIAIS _____	1014
APLICATIVO SORORIDADE: FERRAMENTA DE INTERAÇÃO FEMININA E DE PROMOÇÃO DE SOLIDARIEDADE ENTRE MULHERES _____	1032
O MUNDO MEDIATIZADO DAS MARCHAS POPULARES DE LISBOA: O CONCEITO DE <i>ENTRELAÇAMENTO MEDIÁTICO</i> _____	1049
9 – MIGRAÇÕES, REDES E VOLUNTARIADO _____	1069
REDES SOCIAIS DE EMPREGADAS DOMÉSTICAS E SUA IMPORTÂNCIA NA MIGRAÇÃO FEMININA _____	1070
CRIAÇÃO DE REDES DE SOLIDARIEDADE E DE CONVÍVIO COM OS ESTUDANTES PROVENIENTES DE OUTRAS CULTURAS _____	1087
REDES SOCIAIS, MIGRAÇÕES E TRANSNACIONALISMO _____	1097
O ESCÂNDALO FRIBOI _____	1111
POSTER _____	1134
TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO: A NARRATIVA TELEJORNALÍSTICA NAS MULTITELAS _____	1135

**“PARTIR DEL NÚCLEO DESCENTRADO DEL PODER PARA
ANALIZAR LAZOS DÉBILES O FUERTES. CANALES
DESUNIDOS: LA RED SOCIAL PERSONAL O VIRTUAL EN LA
DIFUSIÓN DE *CROWD RECYCLING*®”**

PHD MARÍA ZOZAYA
FCT, CIDEHUS-UÉ
mzozayam@yahoo.es

Resumen

El presente *work in progress* busca analizar las redes de difusión del proyecto de reciclaje sostenible *Crowd Recycling*®. Contrasta el impacto de las redes virtuales y las personales, partiendo en ambas de ejes descentrados del poder. *Crowd Recycling*® cuenta con acción digital desde su nacimiento, que amplió después a las denominadas redes sociales. A la par, considerando que es fundamental la acción personal y tutorial, desde el inicio ha realizado acciones educativas en escuelas, talleres y equivalentes en una ciudad secundaria de Portugal (Évora, Alentejo). El estudio analiza los resultados personales y virtuales del impacto de su actividad (a través de estadísticas y registros en soporte digital), intentando ver el papel de los lazos débiles o fuertes en ambos soportes. Concluye la diferente naturaleza de la capacidad de acción en uno y otro campo: el digital resulta más cuantitativo y persuasivo a corto plazo; y el práctico personal más cualitativo y capaz de concienciar, por incidir directamente en los sentimientos y tal vez por ello ser más impactante a nivel personal a largo plazo.

Palabras Clave: Lazos débiles. Descentrar del poder. Redes de difusión.
Impacto virtual. Comunidad vecinal. Reciclaje.

Abstract

This ongoing research analyses the social networks used to spread the altruistic recycling project so-called *Crowd Recycling*®. It tries to contrast the impact of personal and virtual social nets. The importance of this recycling scheme is that has born away from central power exes, so, the departure point of the network is always decentralized of any kind of influence. In fact, is developed in a Portuguese secondary city (Évora), in schools or centers that are not leaders in the country, and with no wealthy people in societal terms: most of them with some degree -or risk- of social exclusion for their gipsy ethnic group or their social origins from non-structured families. At the same time, *Crowd Recycling*® counts with digital action since the beginning of the project (web page in 2014), and it has been amplified during last years to the virtual world (Facebook 2015, Pinterest 2016, Twitter 2017).

The study focuses on the results of those personal and virtual social networks. Comparing the impact of both networks, concludes that both are split, in the way to act and to spread the project. The personal action has a special impact on the affective side, but in a reduced group of the locals, just on the individuals who received the classes or workshops; but they don't manage to act as *brokers* of the project, using terms of Boissevain (1978:148). On the other hand, the virtual action has an international repercussion, where weak ties –following studies of Granovetter (1963, 2003)- helped to get more impact within an almost unknown virtual community; also weak *ties*, measured in a virtual community with Facebook, manage to help the 65% of the diffusion (35% from *strong* ties, essential in the beginning). We conclude that social impact of personal activities and virtual networks are acting in different ways because they are from different nature, and they have a different capacity for action when linked to groups excluded from the power. Digital gives measurable quantitative results and seems to be more persuasive in short term. Personal contact is more effective with people with some degree of social exclusion, and qualitative field takes more relevance, because it deals with socio emotional feelings, and it can be more important in a long-term period.

Keywords: Weak ties. Virtual networks. Social networks. Virtual impact. Recycling. communities. Excluded groups. Recycling.

1. Introducción: Del centro desenfocado del poder para analizar un impacto

Este estudio pionero del proyecto *Crowd Recycling*® se divide en varias fases. Primero traza un panorama del programa para mostrar las técnicas de reciclaje, concienciar a la ciudadanía y difundir conocimientos de prácticas sustentables.

Segundo, se analizan sus dos canales de acción. Por un lado, la personal de aulas y tutoriales, y por otro, la virtual: con Facebook, Pinterest, Twitter y una página web de Wordpress (ISSN 2444-7285); se estudia su repercusión sobre la base de estadísticas digitales, entre el plano local e internacional (2014-2017). Se examinan las redes de difusión personal de lo que consideramos *brokers*, derivando -una vez más (Zozaya, 2007)- la categoría de Boissevain (1978). La particularidad es que la red parte de los grupos descentrados de los núcleos de poder, sea con aulas anuales en colegio con alumnos con diversos grados de exclusión de la sociedad, sea con *workshops* locales en barrios desfavorecidos. Es igualmente descentrado del centro de poder en un plano geográfico, por realizarlo en una ciudad de provincias portuguesa (Évora).

Tercero, se contrastan ambas vías de difusión y sus repercusiones. Se plantea la teoría definida por el sociólogo Granovetter (1963) sobre la fuerza de los denominados *lazos débiles*, así como el alcance de los *lazos fuertes*, en este caso constituidos por las relaciones de barrio y convivencia cotidiana, que no se reflejan necesariamente en las redes sociales virtuales, pero que tienen otro tipo de impacto cuantitativo más relevante en el plano afectivo personal. Se avanzan algunas conclusiones del proyecto en curso.

2. Objetivo de análisis:

2.1 ¿Qué es *Crowd Recycling*®? Un proyecto para crear *habitus reciclar*

Crowd Recycling® es un proyecto de reciclaje sustentable diseñado e ideado por María Zozaya en 2014. Su nombre se relaciona con el doble objetivo de conseguir tanto una “multitud recicladora” como el “reciclaje de la multitud”. Considera que sólo con esa acción colectiva se puede mejorar el medio ambiente a corto y largo plazo.

Crowd Recycling® quiere crear el *habitus reciclar*, según la definición de Bourdieu (1979) y junto a Boltanski (1975). Ajustando los términos de los sociólogos, su objetivo es promover un conjunto de prácticas diarias asociadas al reciclaje y la

reutilización que sean completamente aprehendidas y repetidas diariamente hasta conseguir que se asuman en la forma de vida cotidiana. Busca concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad del crecimiento sostenible, para ello difunde conocimientos de prácticas sustentables de raíz histórico antropológica. Resume sus claves con la “Re”: “reduce, reutiliza, recicla”. Propone concienciar a la población sobre la necesidad de mantener un equilibrio con el medio ambiente a través de acciones cotidianas. Para ello, alerta sobre el elevado consumo de material reutilizable que se desecha diariamente, que en general también es reciclable. Tiene una faceta de incentivo creativo y lúdico, pues insiste en la necesidad de emplear el ingenio para reconvertir objetos reutilizándolos. Pretende mentalizar sobre la importancia de tener en cuenta el contexto y los medios físicos autóctonos de cada comunidad, para hacer un reciclaje a la medida del entorno, como medio que permitirá una viabilidad sostenible. Quiere sembrar en los jóvenes la idea de que el futuro del planeta está en sus manos y de los coevos que nos rodean. Conciencia sobre la premisa de que el mundo va hacia una deriva complicada en la cual pueden involucrarse realizando pequeñas acciones cotidianas que implican cambiar hábitos cuyo efecto es acumulativo, y cuyo resultado en el medio ambiente puede verse a corto y medio plazo.



Imagen 1. Logo del proyecto *Crowd Recycling®* Botella de agua con flores que servía para anunciar el correo (en Reggio Emilia, Italia). Fuente: *Crowd Recycling®*.

La filosofía de *Crowd Recycling®* se vincula a la faceta social que busca “la tercera vía” de desarrollo planteada por el sociólogo Anthony Giddens (2008: 8-60), antiguo director de la *London School of Economics and Political Science* (LSE, 1998). Con sus teorías intentaba un cambio político que casase con la ecología de un mundo

moderno actual, pues demostraba que las líneas tradicionales de potenciar el capitalismo conducen al fracaso medioambiental. Sus teorías son empleadas por *Crowd Recycling*® sólo en su inicial vertiente social, que busca renovar los conceptos de la relación del individuo con el entorno y contexto que le rodea y, a través de la acción personal, propone moderar el impacto de la colectividad en su sociedad inmediata.

Considera que dicha acción puede ser mayor por el efecto de la aldea global, siguiendo los preceptos de McLuhan (1962, 2017), que describió el fenómeno por el cual cada persona está en su villa preocupándose por los eventos que tienen lugar en otras partes distanciadas del mundo como si fueran propios. En este caso puede conducir a un espacio de recicladores sin fronteras gracias a sistemas de inteligencia colectiva actuales, pues desde cualquier lugar se pueden ver, asumir y desarrollar conocimientos técnicos entre personas de aldeas lejanas: plataformas digitales, páginas web o vídeos tutoriales, muchos de los cuales se recogen en la página *Crowd Recycling*®. Como veremos, esta aldea no es necesariamente una comunidad, sino que parecen muchos individuos que están “recycling alone”, según retrató Putnam (1995).

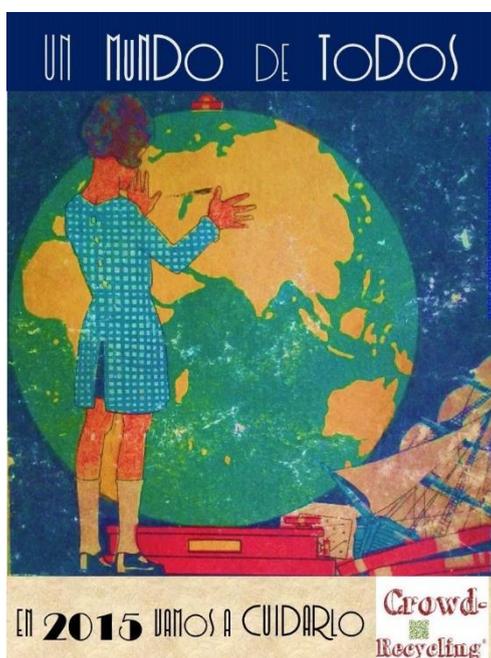


Imagen 2. Tarjeta de felicitación de navidad para internet *Crowd Recycling*® Realizada reutilizando una imagen de Calleja (con el permiso de los descendientes). Fuente: *Crowd Recycling*®.

2.2 Vías de difusión: Acción personal en núcleos descentrados del poder

Estratégicamente este proyecto se compone de dos facetas para concienciar a la ciudadanía y difundir prácticas sustentables de raíz antropológica. Se vinculan a los medios digital y el personal, considerándolos vías esenciales para divulgar la denominada inteligencia colectiva en materia de reciclaje. Como parte del análisis, busca valorar el impacto de los medios de difusión (redes personales y virtuales), en parte para percibir si sus objetivos están consiguiendo llegar al público y, en función de ello, diseñar una acción más provechosa en el futuro.

La acción tutorial directa es una de las facetas esenciales del proyecto, porque conceden mayor peso al vínculo directo personal. Por ello, *Crowd Recycling*® considera fundamental realizar diversas acciones educativas. Los contenidos pedagógicos de las sesiones normalmente concernían al mundo social en materia de “Historia y Filosofía de la sustentabilidad contemporánea”, buscando fomentar prácticas cotidianas de reciclaje, presentes en la web.



Imagen 3. Filosofía “RE” de la web *Crowd Recycling*®.
Fuente: *Crowd Recycling*®.

Esta faceta fue especialmente relevante en los inicios. La acción ordinaria personal principal del proyecto consistió en impartir aulas conferencia a alumnos de la Escola Manuel Ferreira Patricio de Évora (EMFP) durante un año lectivo (2014-2015). Los grupos escogidos fueron alumnos denominados “con problemas” de integración social, primero grupos excluidos de la sociedad por su raza gitana (*PIEFS*), y en una segunda fase los alumnos en riesgo de exclusión social (*voluntarios*)¹. Otras acciones

¹ Para impartir las aulas necesarias para realizar el proyecto, fue realizado un protocolo entre el CIDEHUS (Universidad de Évora) y la escuela de Évora Escola Manuel Ferrera Patricio (EMFP). Según el compromiso establecido, la autora del proyecto María Zozaya impartiría 30 sesiones didácticas de hora

extraordinarias tuvieron lugar en talleres en juntas de Évora (Junta de Freguesía da Malagueira e horta das Figueiras, 2015-2016) y en asociaciones de Évora (Cruz Vermelha y Sociedade Harmonia Eborensis, 2015-2016), del Alentejo, Portugal.

En ese mapa de acción (y con ella, influencia) *Crowd Recycling*® ha partido deliberadamente de puntos descentrados del poder, pues nunca son acciones apoyadas ni publicitadas de una manera directa por las autarquías ni instituciones principales de la ciudad, lo cual forma parte de su estrategia para mantenerse independiente y libre en contenidos, incluso críticos contra la política urbana contraria al mundo ecológico. A nivel personal, remite a un núcleo descentrado del poder, por volcarse en aulas para jóvenes en riesgo de exclusión de la sociedad o en barrios con bajo índice de renta per cápita como la Malagueira y Horta das Figueiras (Figura 4).



Figura 4. Anuncio de workshop, biblioteca de la Malagueira. Fomentó visitas desde Évora, registrando 1882 justo al lanzar la actividad (2057 según “flag counter”), el 13-III-2105.

En un plano geográfico, el hecho de que este tipo de acciones estén alejadas de los núcleos de poder nacional se traduce en espacios de dimensiones reducidas mensurables. Évora es una subregión del Alentejo, que cuenta con 55.600 habitantes: de las aproximadamente 10.000 censadas dentro de las murallas viven sólo 5.000; residen 20.000 en la Malagueira, 10.000 en las afueras y 10.000 pertenecientes a freguesías de esta subregión (INE, 2013). Tal dimensión de la ciudad de Évora, y su encuadramiento secundario en la nación portuguesa, fue considerada esencial para intentar seguir los diversos grados de difusión de este proyecto. Asimismo, el marco

y media a los alumnos problemáticos, bajo la directa supervisión del tutor, licenciado en sociología Silvino Alinho, a quien agradecemos su dedicación y apoyo, así como a Maria João Silva (EMFP).

local podía proporcionar un seguimiento personalizado de los primeros avances de la difusión de la red personal (con su reflejo en la virtual). La misma cuestión proporcionaba el encuadramiento secundario en el marco de la escuela EMFP y del barrio de la Malagueira. La actuación en focos pequeños estaba planeada como una estrategia para conseguir mayor índice de impacto social, buscando medir la capacidad de acción personal directa.

2.3 Vías de difusión del proyecto: La red social virtual

La segunda vía de acción básica del proyecto es la digital, y precisamente el primer formato virtual fue la página web de Wordpress, *Crowd Recycling* <http://crowdreciclyng.wordpress.com/>. Nació en 14 de julio 2014, con ISSN 2444-7285 desde noviembre 2015, creando un enlace homónimo de presentación en 26 de noviembre 2016 <http://Crowd Recycling.wordpress.com/>. Ha publicado 24 entradas, 26 páginas, y ha sido visitada 15.000 veces desde 75 países del mundo, con banderas de 116 regiones mundiales, según el registro del “Flag counter” (figura 5). Su número de visitas y variadas procedencias es un aparente reflejo del impacto del proyecto. Sobrepasa la red personal y virtual de contactos de la autora. Por los orígenes de las procedencias, fue dinamizada en los inicios por los lazos fuertes (en un crecimiento aritmético), y en un segundo momento por los lazos débiles (que propulsaron el crecimiento exponencial geométrico), expandiéndose después a un radio sin lazos con la autora. Este medio virtual ha resultado ser en este proyecto la vía de difusión de información más eficiente, pero cuyos efectos en la verdadera construcción de una comunidad de recicladores cuestionamos, avanzando nuestra impresión de ser una “multitud solitaria” (Riesmann & cía, 1953), que recicla y reutiliza aislada en su casa.

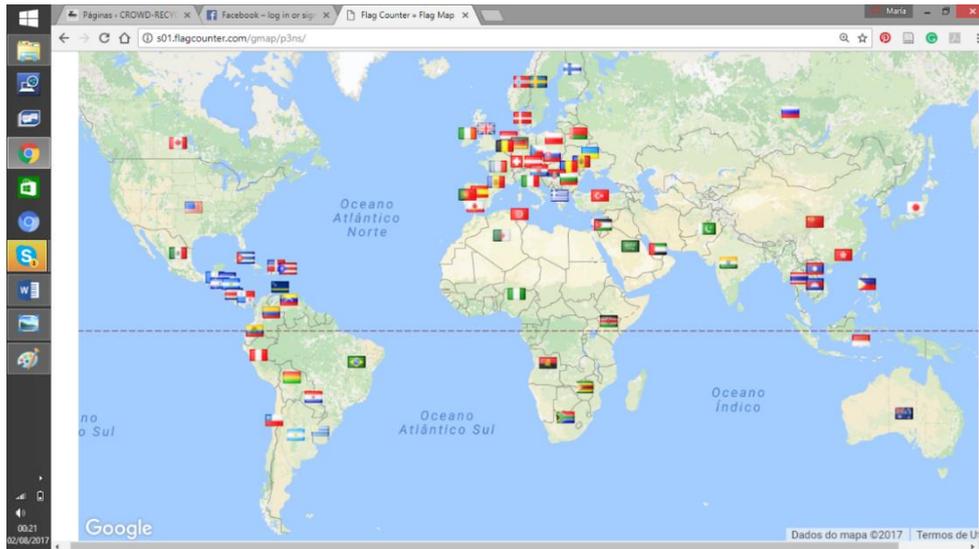


Figura 5. Registro “Flag Counter” de las visitas de Crowd Recycling® en el mundo.

La clave del recurso virtual, tal y como se avanza en el presente estudio, es que permite analizar el fenómeno de difusión a través de las estadísticas, externas e internas. Además de ofrecer el número de visitantes por fechas (que se pueden relacionar con las noticias publicadas), reflejan referencias geográficas: del plano local (relacionables con estrategias de difusión personales), nacional e internacional. Plasma el número de visitas desde su creación por meses (relacionables con las noticias publicadas), y contabiliza las visitas en relación al número de visitantes, en este caso, desde 8.339 computadores se han realizado 13.217 visitas en 4 años de funcionamiento (Figura 6).

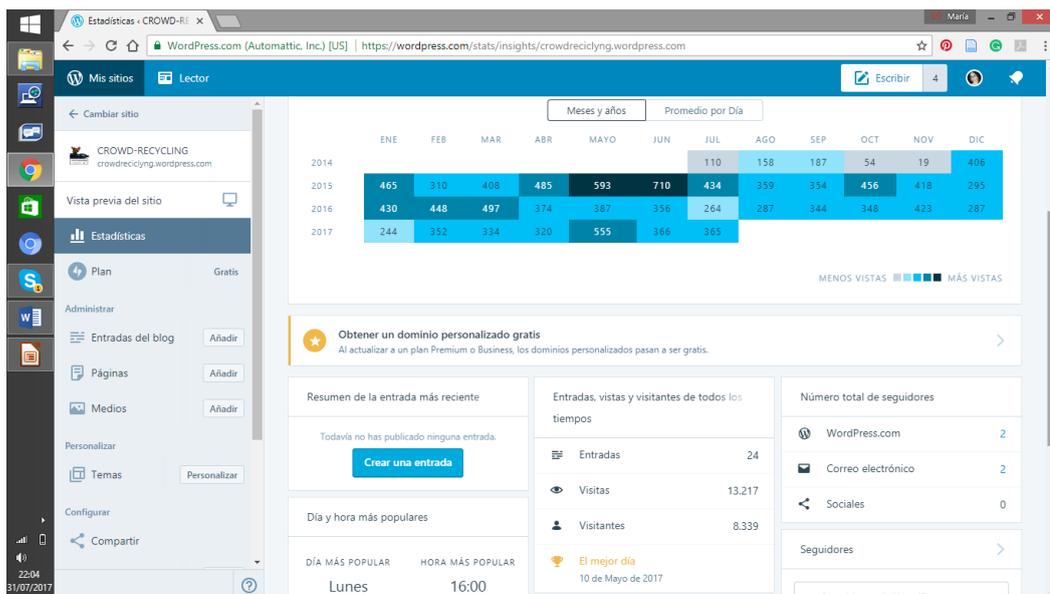


Figura 6. Estadística interna de la página wordpress, por meses y años, 2014-2017 (31-7-2017).

En un segundo momento se amplió la difusión virtual a las denominadas redes sociales. El Facebook de @CrowdRecycling fue creado el 19 de agosto de 2014, y tres años después cuenta con más de 300 likes (1 de agosto 2017). Este recurso ofrece estadísticas internas de gran utilidad. Además, permite realizar un seguimiento de la red de difusión. Al identificar con nombres, permite analizar las personas conocidas (o no), contrastar con los círculos de amistad inmediatos o desconocidos del Facebook personal, y deducir en qué grado de afectividad se vincula –en este caso- con la autora del proyecto. Asimismo, de manera externa -incluso con cualquier particular-, cuando se abre el Facebook personal a la vez que la página web *Crowd Recycling*®, muestra cuántos son amigos comunes, ofreciendo un indicador del conocimiento de las redes virtuales (relacionable con las personales). Este conjunto permite detectar el grado de vinculación de la autora con los seguidores, remitiendo a los lazos fuertes, sólidos o exclusivamente virtuales. Por ejemplo, la figura 7 refleja, además del número de entradas según “Flag Counter” (14.975) o wordpress (13.216), el número de “likes” de Facebook (296) con la cantidad de “amigos” compartidos (112), por lo que un 37% son amigos de la autora, remitiendo con ello a los lazos que veremos después.



Figura 7. Página *Crowd Recycling*® con referencias de Facebook: 112 amigos de 296 likes (31-7-2017).

Finalmente, tras compartir diversos *hashtag* en 2015 como #CrowdRecycling, fue creado el twitter @CrowdRecycling el 28 de noviembre de 2016, que en ocho meses de actividad sólo ha conseguido 33 seguidores (frente a los 244 de la autora en su twitter personal @ZozayaMaria). La autora atribuye su escaso éxito (en términos numéricos) a su falta de dominio de esta red social y de conocimientos para mantener la cuenta activa y dinámica. Considera que aunque haya un cambio de paradigma en las nuevas tecnologías, es necesario tener un conocimiento de ellas para impulsar sus efectos informativos, y ser impulsadas por una red de colaboración que la mantenga. En este sentido, el twitter @CrowdRecycling no cuenta con ningún seguidor que recibiese alguna tutoría presencial en Évora (ninguno es usuario de twitter), por lo que se separan los canales de difusión virtual y personal en este proyecto.

Por último, se ha completado la labor de difusión mediante la plataforma digital youtube, compartiendo en la página vídeos ya existentes o creando y subiendo a la nube algunos tutoriales (desde el canal personal de la autora). Algo equivalente sucedió con la creación de Pinterest CrowdRecycling, que comenzó a tener muchos seguidores pero que, por falta de movimiento, desapareció. Por último, más vinculado a la denominada inteligencia colectiva, *Crowd Recycling*® complementa su actividad subiendo informaciones a la plataforma digital *ideas 4 all*. Según las estadísticas de la página web, de todos los recursos mencionados, apenas Facebook y Pinterest contribuyeron a reforzar la presencia de la red (siendo el origen de nuevas visitas), y en general el campo digital no siempre parece actuar como red colaborativa cuando se trata de diferentes lenguajes que no están conectados directamente.

3 Elementos de análisis:

3.1 . *Brokers* y redes de difusión de *Crowd Recycling*®, no desde el poder

Desde el principio del proyecto *Crowd Recycling*® se planteó investigar el proceso de difusión virtual y personal. Esa segunda parte se basa en la recogida de datos e informaciones para vislumbrar las redes sociales de extensión del proyecto, aplicando conocimientos del *network analysis*. El elemento que podía modificar su estudio es que parte de núcleos descentrados del poder, lo cual consideramos que ha dificultado las

posibilidades de análisis. En una primera fase de trabajo en las aulas, se procuró que los alumnos difundiesen la filosofía del reciclaje entre sus lazos amicales y familiares.

Para analizar a los sujetos que podían ser los encargados de difundir el proyecto *Crowd Recycling*®, los consideramos *brokers*, haciendo una variación del término de Boisevain (1978). Según este concepto hay individuos que se convierten en mediadores de la sociedad, pero en este caso desprovistos de las connotaciones negativas que puedan dar el beneficio propio, siendo más bien equivalentes a mediadores afectivos (Randeraad, 1998: 1213). Estos agentes que se iba a observar como *brokers* del proyecto procedían de grupos descentrados de los núcleos de poder: jóvenes de etnia gitana (PIEF) o con algún grado de exclusión de la sociedad (*voluntarios*), o receptores de workshops locales en barrios desfavorecidos y de la Cruz Roja. El proyecto inicialmente contemplaba observar la actuación de la red social generada por los PIEFS en sus diversos niveles: familiar, escolar, de amistad y virtual de la red. Se buscaba complementar con las actividades ejercidas en la ciudad con dicha escuela, para analizar las formas de difusión de la red.

Con los escasos resultados de las encuestas y entrevistas directas no ha sido posible hasta la fecha llegar a resultados concluyentes sobre el impacto de las redes amicales y familiares en la difusión del proyecto *Crowd Recycling*®. El avance de la investigación muestra cómo al partir de elementos excluidos de la sociedad, y de un punto desenfocado del centro de poder, el resultado era inoperativo para generar una red personal. No se consiguió definir ninguna estructura ni forma de la red, que previamente tampoco se había querido prefijar con modelo categórico alguno. La red potencial quedaba diluida en el agente social, terminaba en él, quedando sólo repercusiones en el plano afectivo. En este sentido, se había establecido algún tipo de relación cordial, o vínculo personal, que fue lo más productivo del proyecto. En términos de difusión, desde el principio se mostraban inoperativos como *brokers*, fuese hacia la familia, fuese hacia el resto de la sociedad (donde están categorizados como sujetos excluidos). Reproducía el perfil en que la vivencia no queda retratada en ninguna forma de comunicación social (Jodelet, 1979), no tiene reflejo colectivo.

Es importante recalcar dos cuestiones sobre ese papel de las tutorías *Crowd Recycling*® en el plano individual. Primero, la importancia de los vínculos afectivos establecidos en esa relación directa con la atención personal. Habría que estudiar ese

lazo emocional (intenso), contrastado con los números de las estadísticas (impacto nulo), desde una óptica que contemplase las estructurales sociales internas de este sistema (Bourdieu, 2003). Así, al contemplar la lógica del contexto que ocupa a Crowd Recycling®, éste ha promovido el reciclaje entre grupos excluidos tradicionalmente asociados a la reutilización, a lo que hay que sumar el estigma que conlleva trabajar con lo que en occidente se consideran desechos (Douglas, 1991). Por tanto, hemos de revisar las lógicas internas de valoración personal del proyecto en términos afectivos individuales y colectivos que promuevan su difusión, para encontrar interpretaciones antropológicas que expliquen la negación de grupos de etnia gitana a convertirse en embajadores de este proyecto de reciclaje. Igualmente explicarán los resultados de su capacidad de acción como difusores de esta filosofía, donde su plano de acción es más cualitativo que cuantitativo (difícilmente mensurable en términos estadísticos).

Segundo, hay que señalar las dificultades originadas por tratarse de grupos excluidos de la sociedad. En el espacio de las aulas, si bien en general tenían lugar en ambiente amigable y los jóvenes eran bien dispuestos, a veces eran interrumpidas por la falta de concentración o la necesidad de inventar nuevas técnicas para mantener la atención de los alumnos. En este sentido, una dificultad que hizo variar el curso de las explicaciones fue la incapacidad de transmitir conceptos abstractos a alumnos que tenían escasa preparación escolar debido a una serie de factores sociales. Por ejemplo, explicar cuestiones de naturaleza histórica antropológica, como el hecho de que hace más de dos milenios se usaban unos materiales concretos (cuando en la edad de los metales se descubre el uso del cobre o del bronce...), y que estos materiales se han aleado con otros siglos después, terminaban siendo labores equivalentes a explicar las sagas vikingas o tres generaciones de dioses de la mitología. Por tanto, desde la labor con los *PIEFS* se redujo notablemente la parte teórica para compendiar conceptos sobre la limitación de recursos en la tierra, e incidir en prácticas de reutilización.

3.2 . Elementos de análisis: La intensidad de los lazos (fuertes o débiles)

A la hora de analizar las redes virtuales de difusión y extensión del proyecto *Crowd Recycling®* los categorizados como *brokers* fueron todos aquellos que en la práctica se convertían en nudos de la difusión del proyecto virtual, y reflejaban su

acción a través de las estadísticas, fuese por las banderas de la página web o por las personas identificadas de Facebook. La mejor vía de definir la forma de esta red, de momento es la descrita como de racimos de uvas (Maíz, 1994).

En este campo, un elemento esencial y en cuya fase de análisis aún nos encontramos es la medición de la intensidad de la fuerza del lazo que ayuda a su difusión. Para analizar la intensidad de la red estudiamos el papel de los *lazos fuertes* y la relevancia de los *lazos débiles*. Según fue definido por Granovetter (1963, 2003), un lazo de débil intensidad puede conseguir con frecuencia efectos más potentes que los esperados a priori para un lazo fuerte, consiguiendo movilizar más información o recursos que en un área donde el sujeto se mueve de forma cotidiana.

Para medir y contrastar este tipo de lazos en el campo virtual, en un primer momento tomamos como referencia las estadísticas proporcionadas por la página web *Crowd Recycling*®. Las procedencias de las visitas quedaban registradas en el “Live Traffic Feed”, por país y ciudad del mundo (Figura 8). Fueron categorizados como lazos fuertes aquellas incursiones en la web que se podían identificar vínculos geográficamente afines al origen de la autora de la página (Collado Villalba o Madrid), o de residencia (Évora), o a la procedencia y círculos de sus alumnos (Évora). Fueron considerados lazos débiles los vinculados a sus lazos personales y profesionales (España, Portugal), o potenciales vínculos familiares o amicales de los alumnos y personas que recibieron tutoriales (Portugal). Cuando era de países con escaso o nulo contacto, no se consideraba como red personal nacida de la autora o de los alumnos de las aulas. Conforme a dicho baremo, aproximadamente en el primer año un 20% de las visitas se vincularon a lazos fuertes (Évora, Collado Villalba o Madrid) y un 50% a los débiles (27% España, 23% Portugal). A partir del segundo año la proporción varió, tendiendo a ocupar puestos principales los lazos débiles (España y otros países), así como puntos desconocidos desde cualquier ciudad. Actualmente el grueso de visitas proceden de Estados Unidos, Sillycon Valley, donde el grado de conexión con la autora es ínfimo, por lo que la red virtual se ha desconectado de los puntos de origen, incluso aunque en origen la hubiera dinamizado la pertenencia a un mismo pequeño mundo (Watts, 1990), y en cualquier caso, se pierde la conexión con la base de la red.

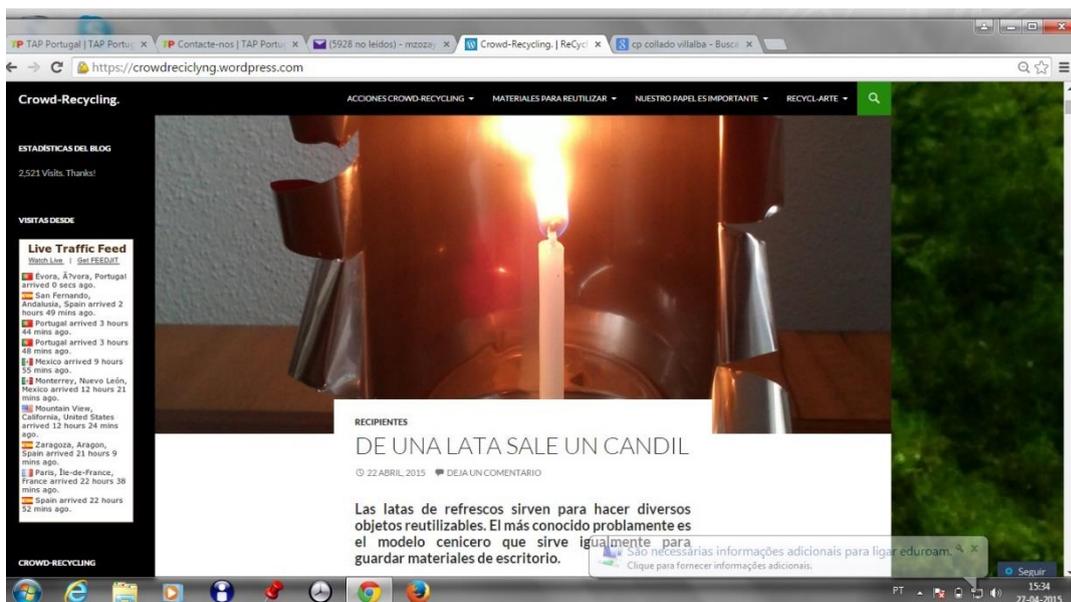


Figura 8. Muestra de procedencias de entradas (“live traffic feed”), que marcan la localidad de residencia (Évora), o la procedencia de diversos puntos de España en la web (27 abril 2015).

Se tomó otro identificador similar sobre el país de procedencia de las visitas, el “Flag Counter” instalado en la web. Ofrece resultados más generales, pues sólo identifica y cuenta las banderas de los países donde se ubican los computadores de quienes entran. En este caso, cuando la bandera del país de origen se vinculaba con aquellos donde la autora impartía las aulas (Portugal) o creaba el proyecto virtual de la web (España), se consideraba lazo fuerte. Durante el primer año, como reflejan las estadísticas (figura 9), encabezaban España (33,7%) y Portugal (27,1%), seguido de USA (17,1%), y México (4%). La interpretación del fenómeno es que los lazos fuertes, a través de las personas conocidas del país de origen o de residencia donde se impartían los tutoriales, fueron esenciales para impulsar un despegue moderado del proyecto.

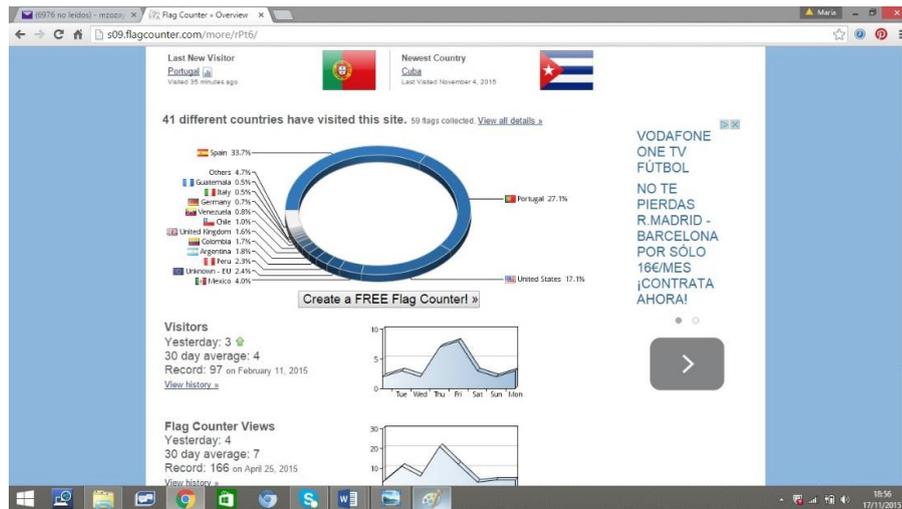


Figura 9. Pantalla de “Flag Counter” de Crowd-Recycling en una fase inicial (17 Nov. 2015).

En una segunda fase, después del año y medio, desde enero 2016 (Figura 10), las entradas en la web desde España continuaron siendo las más relevantes (29,2%). Pero Portugal quedó muy atrás en las estadísticas (8,8%), siendo sustituido por la presencia de USA (15,2%), Argentina (10,6%) o México (10,6%). De nuevo, el predominio de Estados Unidos (sin necesidad de concretar con el origen de Silicon Valley que muestra “live Traffic Feed”), que se ha ido afianzando cada vez más, muestra la capacidad de difusión libre donde apenas existen lazos con la creación del proyecto. La proporción es similar a la que se mantiene en la actualidad, en fecha de 1 de agosto de 2017 (España 27,2%, USA 18%, Argentina 10,2%, México 10,7%, Portugal 6,2%).

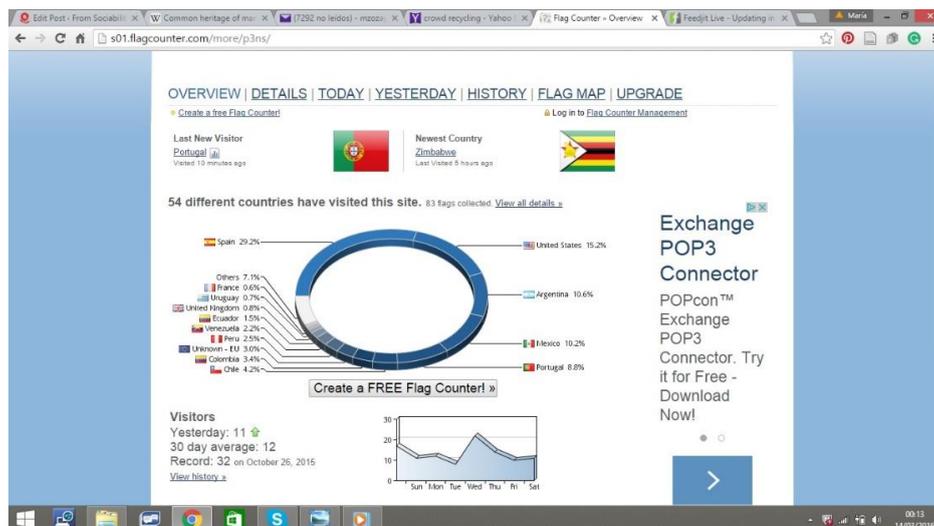


Figura 10. Foto de pantalla de “Flag Counter” de Crowd-Recycling en una segunda fase (14-III-2016).

En este proceso de análisis de los lazos débiles queremos señalar un caso especialmente destacado, que remite a la importancia de encontrar puntos de conexión influyentes para aumentar la capacidad de difundir el proyecto. Se trata de una acción realizada por *Crowd Recycling*® con unos tetrabrick que sacó la Fundación Thyssen-Bornemisza para celebrar el día del planeta en Madrid. Días después, al tener conocimiento de la campaña (por redes personales casuales), contactamos con el museo y pedimos varios envases para reciclarlos, con el compromiso de crear nuevos diseños por la novedad del formato. Con uno de ellos, el famoso cuadro de Girlandaio de aquella colección, hicimos una billetera y compartimos el tutorial de cómo hacerlo en la web. Publicada en junio 2015, fué la entrada más popular de todo el site, con 710 visitas (Figura 6).



Figura 11. Pantalla de Crowd-Recycling tras realizar una acción con el Museo Thyssen Bornemisza.

Como se refleja en las imágenes (figuras 11 y 12), en el “live traffic feed”, así como en las estadísticas internas, colaborar con la Fundación Thyssen dinamizó la difusión en las redes internacionales. Aunque era débil el lazo del proyecto *Crowd Recycling*® con la Fundación, sin embargo propulsó la difusión y visibilidad del proyecto más que ninguna de nuestras fuentes o contactos. Esto se debe probablemente a que la Thyssen si que se ubica en un centro de poder de la red de influencia nacional e internacional, más que a su capacidad de liderazgo en los grupos de recicladores (donde apenas consiguen movilizar para realizar algo equivalente). Participar de esta manera informal con esta Fundación de arte multiplicó el efecto difusor de nuestro proyecto en

Facebook, de donde procedieron gran parte de las nuevas visitas, sin conexión con la base de la red originaria del proyecto.

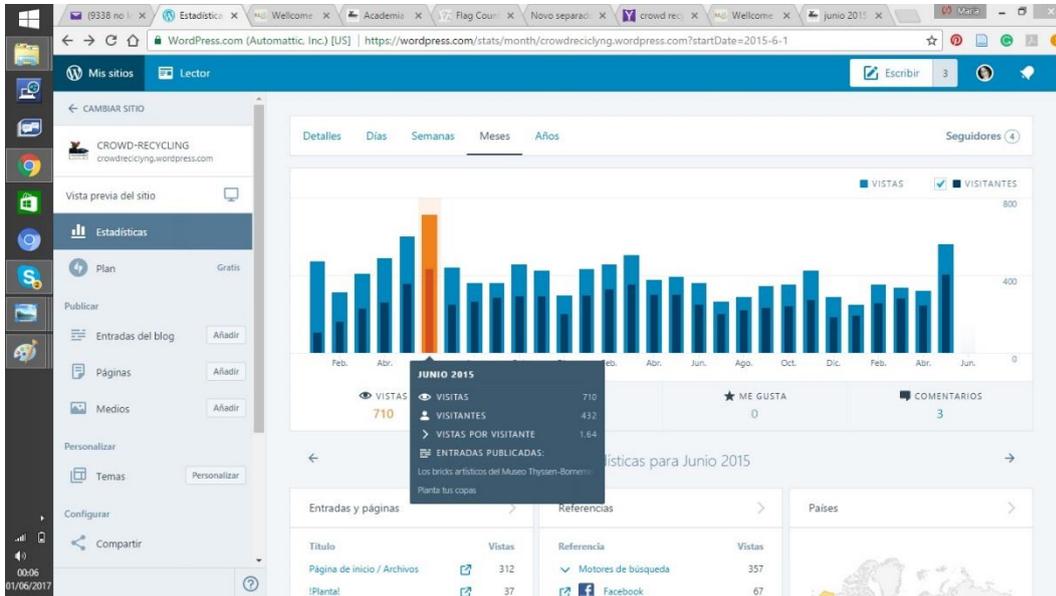


Figura 12. Estadísticas Wordpress de Crowd-Recycling tras la acción con el Thyssen Bornemisza.

Para terminar, la red virtual de Facebook que igualmente seguimos analizando, en especial las estadísticas sobre los grados de los lazos fuertes, hemos podido comprobar un proceso similar al de la web. En el inicio, se impulsa gracias a los lazos fuertes y débiles establecidos con la creadora del proyecto de reciclaje. En una fase posterior de despegue, tres años después, siempre mantiene un mínimo de 35% de relación del punto nodal de la red: de 300 “me gusta” en la página Facebook, la autora es amiga de más de 100 de ellos, siendo responsable de sus invitaciones. Esto es, hubo un periodo inicial dinamizado por los lazos fuertes nacidos de vínculos de la autora del proyecto, donde se invitaba a los amigos, y uno de cada cuatro conocidos clickaba en “like”. Después se pasó a una fase donde se activa el funcionamiento de los lazos débiles, entra gente exógena, y el promedio de decir “like” es uno por cada 150 visitas. Pero la red personal en su faceta virtual continua siendo esencial, el 35% son conocidos. La conexión a través del punto nodal de la red (la autora) no se corresponde con cohesión de grupo, en los términos expresados por White y Harary (2001).

Respecto al promedio de visitas y a la implicación de los visitantes de Facebook con el proyecto (diciendo “like” en un post), un tercio continúa estando vinculado a la autora,

que supone el responsable del 90% de los comentarios positivos o de dar a emoticonos “me gusta” (que en su mayoría han dicho “like” en la página de Facebook). En ellos, actúa además cierta lógica de intercambio recíproco (Requena, 1990: 82-90). Esto es, los amigos y conocidos a los que la autora ha dicho “me gusta” en sus muros, incluso haciendo algún comentario etiquetando a CrowdRecycling, provoca la generosidad recíproca de la aceptación pública del proyecto mediante un “me gusta” o equivalente en alguna entrada de CrowdRecycling. Es decir, la movilización de Facebook –con la autoría de la persona revelada directamente- es más fuerte por las vinculaciones personales que por la fuerza del proyecto de reciclaje que quiere promover.

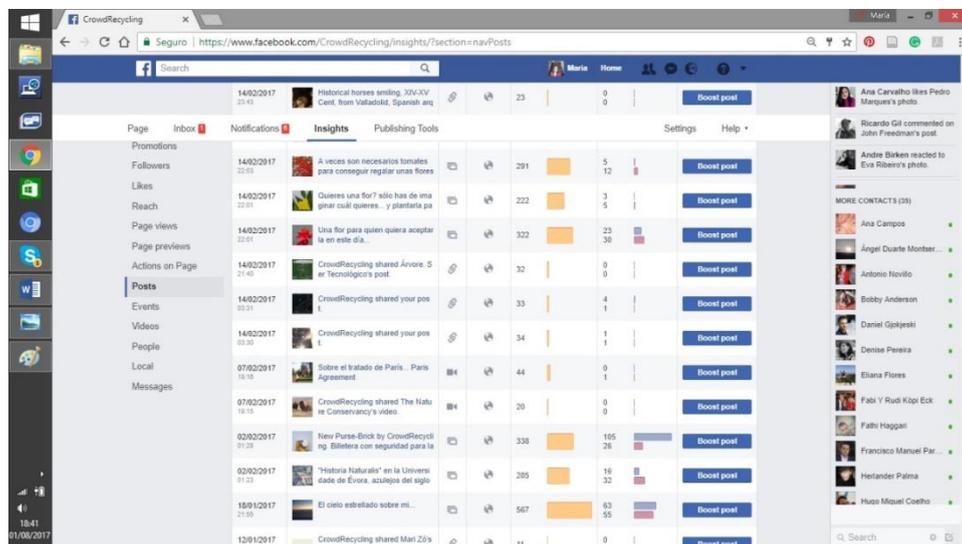


Figura 13. Estadísticas de los post, con visitas (Amarillo), “like” (azul), y compartidos (morado).

Conclusión: la diferencia del impacto de las redes y sus límites personales

El objetivo de este *paper* es avanzar diversos resultados del proyecto de sostenibilidad *Crowd Recycling*®, analizando sus líneas básicas de actuación y difusión. Se centra en describir y analizar los medios de que se ha servido para actuar a nivel público: el digital y el personal. Se analizan algunos resultados de su difusión con el objetivo de considerar las vías de penetración en la sociedad, su índice de impacto local, regional e internacional, y de medir el verdadero valor de la conexión. Para estudiar dichas redes sociales en la difusión del proyecto *Crowd Recycling*® es clave tener en

cuenta que ha partido de núcleos desenfocados del centro del poder de la sociedad. Las sesiones impartidas por su autora han tenido como epicentro de realización una escuela con alumnos con algún grado de exclusión de la sociedad. Esa acción personal emprendida en las aulas o en talleres a lo largo de un año se contrasta con los resultados obtenidos de su difusión de internet y muestra que son vías dispares. Se consideró que la dimensión reducida de la ciudad de Évora era esencial para seguir los diversos grados de impacto de este proyecto, donde el marco local iba a permitir realizar un seguimiento personalizado de los avances y las conexiones. Después de comprobar la inoperatividad de realizar encuestas personales, se centró en contrastar el impacto de su actuación a través de medidores estadísticos recogidos periódicamente del *site* (indicador de la difusión en el plano internacional) y el Facebook (revelador de los lazos personales, pues siempre actúa como red que parte de la autora del proyecto).

Para analizar el grado de intensidad de la red construida en torno a *Crowd Recycling*®, se conceptualizan con la categoría sociológica de los *brokers* los alumnos en riesgo de exclusión que se encuentran en los núcleos descentralizados del poder social. Se plantea la teoría sobre la fuerza de los denominados *lazos débiles*, así como el alcance de los *lazos fuertes*. En el plano personal, quedan constituidos por las relaciones de convivencia cotidiana, que no se reflejan necesariamente en las redes sociales virtuales, ni se corresponden con ellas. Mientras, en las redes virtuales tienen un elevado componente de acción los lazos fuertes en los momentos de despegue del proyecto, y los lazos débiles son siempre esenciales, por último, se convierten en dinamizadores de la web puntos completamente desconocidos de la red, exógenos.

Se concluye que ambas vías, personal o virtual, generan resultados de diferente naturaleza y han de valorarse con diferentes patrones. Presentan diferente capacidad de acción en ambos campos. En las tutorías presenciales, la acción personal ofrece resultados para el campo cualitativo, por incidir en el campo de las afectividades, y ser tal vez por ello más impactante a largo plazo. El campo digital es medible en términos cuantitativos, y resulta más persuasivo a corto plazo, con mayor capacidad de difusión en términos numéricos y geográficos. En él, mientras que la web consigue llegar a un plano internacional desconectado de la red originada en la base *Crowd Recycling*®, la plataforma Facebook mantiene una red mucho más cerrada, vinculada en un elevado grado a la red personal (de la autora del proyecto). En concreto, la denominada “red

social” por antonomasia, mantiene la característica de la unión y conexión con el punto del que nació, mientras que en la web está prácticamente independizada y es más capaz de generar una verdadera comunidad digital de recicladores que buscan ideas en un anonimato. El contrastar los resultados del impacto de su actividad, permite cuestionar la verdadera construcción de una comunidad de recicladores por la vía digital.

BIBLIOGRAFÍA

ARRIAGADA, Irma; MIRANDA, Francisca; PÁVEZ, Thaís. *Lineamientos de acción para el diseño de programas de superación de la pobreza desde el enfoque del capital social*. Santiago de Chile, Naciones Unidas, 2004.

BOISSEVAIN, J. *Friends of friends: networks, manipulators and coalitions*, Oxford, Basil Blackwell, 1978.

BOURDIEU, P. “Le capital social: notes provisoires”, *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, nº 31 (1980); p. 23.

BOURDIEU, P. “The forms of capital”, en: RICHARDSON, John G. *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York, Greenwood, 1985; pp. 241-258.

BOURDIEU, P. «The forms of capital», en: J. G. Richardson, *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York, Greenwood, 1985.

BOURDIEU, P. *La Distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Éd.s de Minuit, 1979.

BOURDIEU, P. *Las estructuras sociales de la economía*, Buenos Aires, Manantial, 2003.

BOURDIEU, P. *Le sens pratique*, Paris, Éd.s de Minuit, 1980.

BOURDIEU, P., BOLTANSKI, L. «Le titre et le poste: rapports entre système de production et système de reproduction», *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2, Vol 1 (1975), pp. 95-107.

COLLER, X. y GARVÍA SOTO, R., *Análisis de organizaciones*, Madrid, CIS, 2004.