

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

**COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO SOCIAL:
A PÁGINA VIDA URGENTE NO FACEBOOK**

Christyne Marques Rodrigues

Monografia apresentada como pré requisito para a conclusão do Curso de Relações Públicas, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) sob a orientação da Professora Mestra Mônica Pieniz e co-orientação da Professora Dra. Nilda Aparecida Jacks.

Porto Alegre – RS

Junho – 2012

Christyne Marques Rodrigues

**COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO SOCIAL:
A PÁGINA VIDA URGENTE NO FACEBOOK**

Monografia apresentada como pré requisito para a conclusão do Curso de Relações Públicas, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) sob a orientação da Professora Mestra Mônica Pieniz e co-orientação da Professora Dra. Nilda Aparecida Jacks.

Data de aprovação: __/__/__

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Nilda Aparecida Jacks

Professora Mestra Mônica Pieniz

Professora Doutora Elisa Reinhardt Piedras

Professor Doutor Alex Teixeira Primo

Porto Alegre, 13 de Junho de 2012

À minha mana Eve Rodrigues
Ao meu filho Marcelo Rodrigues

AGRADECIMENTOS

Este é o momento em que olhamos para o caminho percorrido e lembramos de todos aqueles que de uma forma ou de outra, nos ajudaram a construí-lo. É o momento de homenageá-los e registrar aqui esta parte da minha história.

O meu primeiro agradecimento é para a minha mana Eve, por ter me apoiado neste projeto de vida que comecei a construir quando retomei meus estudos e decidi me preparar para fazer o vestibular da UFRGS. Por ter lido todos os materiais que produzi durante minha vida acadêmica como graduanda, me auxiliando com suas observações e comentários (algumas vezes de madrugada) via internet, e por estar sempre torcendo pelo meu sucesso.

Ao meu filho Marcelinho por todo o seu carinho e por estar sempre ao meu lado.

A Pablo da Costa, querido amigo de muito tempo, que me apoiou com toda a sua atenção e carinho em um momento muito delicado deste caminho.

À Luíza Gonçalves, que me deu carona para as provas de vestibular todas as manhãs, a fim de garantir que eu não me atrasasse devido ao trânsito.

À Marja de Sordi, amiga antiga e atual colega, que soube antes mesmo de mim o resultado do vestibular em que participei e me ligou comemorando na mesma hora. Foi por aquele telefonema que eu soube de minha aprovação.

De uma forma muito especial agradeço de coração às minhas duas queridas Mestras, Nilda Jacks e Mônica Pieniz, que vem me ajudando a crescer e amadurecer não apenas com relação à minha formação profissional, mas também como pessoa. A confiança depositada por elas, e as oportunidades que me proporcionaram durante estes anos dentro da FABICO são para mim muito valiosas. Ainda quero agradecê-las por aceitarem participar da construção deste trabalho como orientadoras em um momento em que estavam completamente assoberbadas de compromissos profissionais próprios. O profissionalismo, a humildade, o comprometimento e a generosidade que tive o prazer de compartilhar com minhas duas Mestras preferidas vai para sempre fazer parte de quem eu sou.

“Seja a mudança que você quer ver no mundo.”
Mahatma Gandhi

“Pois o mundo não é humano por ter sido feito pelos homens e tampouco se torna humano porque a voz humana nele ressoa, mas somente quando se torna objeto de diálogo.”
Hannah Arendt

LISTA DE FIGURAS

1. MAPA MENTAL DE CIBERCULTURA	18
2. FUNDAMENTOS DA CIBERCULTURA	29
3. REDES SOCIAIS	25
4. MAPA MENTAL TECNOLOGIA E PRÁTICAS SOCIAIS	28
5. PÓS MODERNIDADE	30
6. ESCALA DE NÍVEIS DE VINCULAÇÃO	37
7. PÁGINA DE <i>CLIPPING FACEBOOK</i>	51
8. PÁGINA DE APRESENTAÇÃO DO GRUPO VIDA URGENTE	56
9. CARTÃO VIRTUAL DE DIA DAS MÃES	63
10. POST 14.04A	65
11. GRÁFICO RELACIONAL – POST 14.05a	67
12. FOTO POST 14.05f	68
13. FOTO COMARTILHAMENTO DE FRED POST 14.05f	69
14. NUVEM DE TAGS	78
15. GRÁFICO DE RELACIONAMENTOS DA PALAVRA MÃE	77
16. GRÁFICO DE RELACIONAMENTOS DA PALAVRA AÇÃO	79
17. POST 24.05a	82

LISTA DE TABELAS

1. VIDA URGENTE NO <i>FACEBOOK</i>	44
2. VIDA URGENTE NO <i>ORKUT</i>	45
3. VIDA URGENTE NO <i>TWITTER</i>	45
4. PERFIL DE VÍTIMAS FATAIS NO RS POR PARTICIPAÇÃO	47
5. TABELA GERAL DE REGISTROS	60
6. TABELA DE REGISTROS DE LINKS	74
7. LISTA DE FREQUÊNCIA DE PALAVRAS	76

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE: UMA MUDANÇA DE CENÁRIO	16
2.1 A SOCIEDADE DIGITAL E SUAS INTERAÇÕES	20
3. A MOBILIZAÇÃO SOCIAL ATUAL E SEUS FUNDAMENTOS	31
3.1 COMUNICAR PARA MOBILIZAR	34
4. A FUNDAÇÃO THIAGO DE MORAES GONZAGA	40
4.1 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	44
5. ENTENDENDO O CONTEXTO	46
6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
6.1 PROTOCOLO DE COLETA	51
6.2 PROTOCOLO DE ANÁLISE	53
7. OBSERVANDO A REDE SOCIAL VIDA URGENTE NO <i>FACEBOOK</i>	54
7.1 O ANFITRIÃO SE APRESENTA	55
7.2 CONHECENDO O AMBIENTE	61
7.3 CORPUS, CONTEÚDOS E INTERAÇÕES RELACIONAIS	64
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
9. REFERÊNCIAS	88

RESUMO:

O objetivo deste estudo é observar as formas de comunicação estabelecidas pelo programa Vida Urgente no espaço *Facebook* junto aos seus *stakeholders*, a fim de perceber como se desenvolve esta interação social e quais são os conteúdos compartilhados neste espaço nesta rede social específica. A finalidade desta observação foi a de tentar responder de que forma se desenvolve a comunicação voltada para a mobilização social na rede Internet, tomando-se como objeto empírico a comunicação desenvolvida pelo programa Vida Urgente, no *Facebook*. O *corpus* selecionado para esta observação é composto de 25 posts, resultantes da coleta desenvolvida durante o mês de maio (2012) após seleção não aleatória de uma semana estruturada, representando assim o material resultante de 6 dias de coleta, tendo em vista que não foram encontradas publicações nos domingos. O *corpus* foi analisado quantitativamente e qualitativamente, por meio da análise documental, de conteúdo e das interações relacionais, observando-se as formas de interação entre os sujeitos (mútuas ou reativas), os tipos de conversação (emissivo, dialógico ou grupal), o tipo de conteúdo (documental, propagandístico, educacional ou de relacionamento), os seus formatos (textos, imagens ou vídeos) e as suas origens (se os conteúdos compartilhados são autorais ou não), aliados à observação participante da autora. As bases teóricas que fundamentaram esta investigação foram os referenciais que tratam da construção da mobilização social democrática e participativa (Toro e Werneck 1996), que estudam a comunicação para a mobilização social (HENRIQUES, 2004) e que analisam as interações em rede Internet (PRIMO, 2007).

Palavras-chave: *Facebook*; redes sociais; mobilização; interação relacional.

1. INTRODUÇÃO

De forma cada vez mais crescente as pessoas se aproximam da rede Internet. O receio inicial, o distanciamento ou a negação sobre esta tecnologia de informação e comunicação (TIC) tão recente e complexa cede espaço para o desejo de participar da comunicação planetária. As ferramentas da rede e as *interfaces* amigáveis oferecidas aos usuários possibilitam hoje uma manipulação simplificada, que amplia as condições de acesso às redes. Esta emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização (LÉVY,1999. p.25) Desenvolvem-se a partir daí as disputas de poder e o aumento da representatividade da sociedade em debates públicos, verificando-se também o aumento substancial da visibilização de organizações sociais; o que estimula o crescimento do número de agentes mobilizadores *conectados* com estas organizações.

Existem casos em que apenas o gesto de *curtir* uma página no *Facebook* já gera doações para uma cirurgia ou uma ação social, o fato de *curtir* uma publicação já dissemina esta publicação para outros grupos da rede. No caso do Programa Vida Urgente - objeto empírico desta investigação - que tem nas suas ações presenciais o seu ponto forte de mobilização, uma vez que é a partir das conversas com as pessoas abordadas durante a ação em festas, eventos, escolas e locais públicos interagindo com as pessoas, conversando sobre comportamento responsável no trânsito e apresentando argumentos que o seu projeto de propor novas formas de pensar o trânsito e a responsabilidade de cada um (pedestres, motoristas, caronas,passageiros) se realiza, *curtir* apenas não basta. As interações on line seriam apenas um complemento do espaço off line.

Procurou-se entender de que forma estas comunicações ocorrem na rede através dos tipos de conteúdos compartilhados e das formas de interações verificadas; se há nos espaços de relacionamentos deste grupo em rede debates sobre tema específicos ou se estes espaços relacionais são utilizados apenas para a convocação de pessoas e divulgação de ações. Ainda buscou-se perceber como a organização faz para estimular, a partir dos materiais compartilhados em redes sociais, a migração dos *followers*, das redes para as ruas e como se desenvolvem as conversas.

Devido ao fato do Vida Urgente ser um programa de mobilização social, partiu-se da premissa que deveria haver, entre os materiais compartilhados no espaço *Facebook*, algum tipo de comunicação, envolvendo a divulgação das ideias e objetivos

desta organização bem como conversas dialógicas ou grupais (PRIMO, 2007) - a fim de esclarecer dúvidas e convocar os indivíduos para a ação.

No Facebook existem basicamente três formas de inscrição. É possível criar um *perfil* – possibilidade usada geralmente para apresentar perfis pessoais, onde integrantes são adicionados na medida em que são convidados, ou que se convidam e são aceitos pelo *dono* do *perfil*. Também se pode criar *grupos* - que podem ser: abertos a todos os internautas ou de acesso público a não membros; fechados ou restritos apenas a membros do grupo (visualização limitada a membros) e os secretos (quem não pertence a este tipo de grupo não consegue nem visualizá-lo na rede) – características estas definidas pelo *criador* do grupo. Ainda existe a possibilidade de se criar uma *página oficial* – geralmente usada como um espaço de divulgação de algo (marcas, produtos, ideias, preferências) apresentando compartilhamentos sobre informações relacionadas ao tema que deu origem à página. Por exemplo, uma página de novela apresentará conteúdos relacionados, de uma forma ou de outra, com a *novela tema*; a mesma que deu origem à página.

Dito isto, iremos investigar a página oficial do Vida Urgente no *Facebook* porque nesta página o movimento tem a oportunidade de estabelecer comunicação com todos os interagentes que por ali (no *Facebook*) circulam, por ser um ambiente totalmente aberto a visitas e interações, configurando desta forma um espaço público de discussão.

A opção em alicerçar este trabalho no estudo empírico da comunicação do programa Vida Urgente no *Facebook* se fez por entender que, a partir disso é possível ter um indício de como uma organização do terceiro setor está utilizando a Internet na comunicação com seus *stakeholders* em redes sociais virtuais.

A escolha desta organização se deu por ser uma entidade que edifica sua estrutura sobre os alicerces dos atuais conceitos de mobilização social, segundo os fundamentos defendidos por Toro e Werneck (1996), e apresenta práticas comunicacionais que estão identificadas com as teorias de Henriques (2004). Por isto utilizaremos os materiais destes autores como fundamentação para observar a comunicação deste grupo no espaço virtual *Facebook*, a partir de verificações sobre as formas utilizadas pelo programa, para convocar seus voluntários para as ações, a partir do compartilhamento de conteúdos em rede, e estimular as pessoas que por ali transitam (espaço *Facebook*) a participar de uma ação presencial que envolve deslocamento,

disponibilização de seu tempo pessoal e ainda a convicção de que esta ação fará diferença no debate social proposto.

O fato de ser uma organização que já vem sendo investigada desde o ano anterior (2011) pela autora desta monografia, que também é voluntária do programa Vida Urgente contribuiu para a escolha do objeto empírico, tendo em vista que a comunicação em rede virtual praticada por este grupo ainda não havia sido analisada, tornando este estudo um estudo complementar aos anteriores. Esta investigação parte de uma observação participante, seguindo a conceituação de Duarte e Barros (2006, p.132) sobre as técnicas de pesquisa.

Diante deste contexto, a questão de pesquisa que se delineou foi: Como se desenvolve a comunicação voltada para a mobilização social na rede Internet, a partir da observação da comunicação desenvolvida pelo programa Vida Urgente, no *Facebook*? O objetivo é analisar as formas de comunicação estabelecidas pelo Programa Vida Urgente, no espaço *Facebook* junto aos seus *stakeholders*, a fim de perceber como se desenvolve esta interação relacional e quais são os conteúdos compartilhados neste espaço, tanto com relação aos seus formatos como com relação aos valores representados por estes conteúdos nesta rede social específica.

Este é um trabalho da área da Comunicação Social, com o olhar voltado para a prática do profissional de relações públicas. Entende-se que é um compromisso desta área aprofundar estudos sobre a comunicação na rede Internet, pois é o meio em que atualmente mais se multiplicam as vozes sociais. Ao mesmo tempo percebe-se a relevância de se produzir estudos sobre as formas de comunicação desenvolvidas pelas ONGs (Organizações Não Governamentais) nas redes virtuais, tendo em vista que a Internet é um meio agregador de grande alcance e que permite uma comunicação mais direta, entre as organizações e seus stakeholders. Acredita-se que este trabalho poderá contribuir para o reconhecimento destas novas práticas, a partir da observação das formas de comunicação estabelecidas por um programa social dentro do espaço de relacionamento virtual *Facebook*, no contexto do Brasil.

Investiga-se o programa de mobilização social Vida Urgente, utilizando como delimitação do objeto empírico a comunicação estabelecida pelo programa no espaço *Facebook* em sua página oficial, onde os conteúdos compartilhados pela ONG dentro deste espaço de conversação eletrônica serão monitorados, juntamente com as suas formas de conversação. Sabe-se que, por ser uma situação relativamente nova, tanto as redes sociais eletrônicas como as comunicações dentro destas redes estão em constante

movimento. Sabe-se também que cada organização escolhe a forma como melhor lhe convém de conversar com os seus públicos, não havendo portanto, a pretensão de se criar um modelo de comunicação a ser seguido pelas organizações mobilizadoras. A proposta foi de monitorar apenas a comunicação do programa Vida Urgente no espaço *Facebook* e analisar os resultados observados, com a intenção de colaborar para a compreensão de como estão se estruturando estas novas relações sociais, a partir das práticas comunicacionais exercitadas nas redes sociais virtuais.

A estrutura deste estudo divide-se em 8 capítulos, sendo que o segundo capítulo relaciona a comunicação digital e o desenvolvimento da tecnologias de informação e comunicação (TICs) com as novas formas de se organizar a comunicação na sociedade. Por se tratar de uma investigação desenvolvida em um espaço virtual eletrônico se fez imprescindível recorrer aos fundamentos dos autores da cibercultura. Os fundamentos utilizados nesta discussão foram: as novas tecnologias e seus contextos políticos, econômicos e sociais (ANTOUN, 2008) onde o autor analisa a penetração das novas tecnologias na sociedade e o gerenciamento destas novas tecnologias, em um primeiro momento de contato, bem como alguns posicionamentos sobre elas conforme os vieses econômicos, políticos e sociais; a sociedade e a rede de informações Internet, onde Castells (2001) apresenta o processo de reconfiguração social gerado pelo desenvolvimento das TICs e pelo o acesso à estas novas tecnologias em um momento ainda de muitas expectativas e poucos dados sobre este fenômeno, trazendo uma contribuição bastante sólida, baseada em pesquisas desenvolvidas por seus grupos de estudo.

Os conceitos de convergência, transmídia, crossmídia, prosumers e consumers, apresentados por Jenkins (2008) que permitem a reflexão sobre as aplicações destas tecnologias na comunicação social e a mudança de posicionamentos da sociedade na forma de se relacionar com a informação e seus fluxos; análises de contexto sobre a cibercultura (LEMOS, 2003), onde o autor apresenta os vários aspectos da vida cotidiana que se altera à medida que as novas tecnologias de informação e da comunicação penetram e são acolhidas pela sociedade; a discussão filosófica sobre transformações sociais e perspectivas para a construção de uma nova cultura social, que Lévy (1999) faz sobre a possibilidade de, a partir do desenvolvimento das práticas sociais, proporcionado pela emergência das tecnologias de participação colaborativa na construção de valores sociais, desenvolver-se uma nova sociedade fundamentada em novos valores; a esfera pública em terreno virtual, onde Marques (2003) discute as

questões que envolvem a rede virtual, a noção de espaço público e as disputas de poder, partindo da constatação da existência de um *locus* onde a sociedade expressa-se e é ouvida por muitos outros indivíduos, restaurando desta forma sua condição de falante público.

As interações relacionais mediadas por computador, onde Primo (2007) colaborou com sua análise sistêmica e a discussão sobre os conceitos associados às formas de interação comunicacional em rede, bem como às práticas relacionais nela encontradas, contribuindo para a estruturação da análise desta investigação – a observação os interagentes, suas formas de interação e a configuração da comunicação estabelecida por cada um deles; as respostas cognitivas às mídias virtuais, onde Santaella (2003), a partir de pesquisas desenvolvidas por ela própria, constata que esta nova forma de socialização em rede e de comunicação social decorre de uma evolução não apenas no contexto estrutural, mas também vem em resposta a uma evolução cognitiva que ocorre na sociedade em um determinado momento, e que, mais uma vez é fruto da relação entre desenvolvimento tecnológico sobre as formas de comunicação estabelecidas na sociedade e a própria sociedade; a construção compartilhada do conhecimento e o espírito colaborativo das redes, onde Surowiecki (2006) apresenta os seus posicionamentos sobre as novas relações sociais e os conceitos emergentes sobre sabedoria coletiva e conhecimento humano; a teoria geral da comunicação coletiva (VELLOZO, 1969), trazendo para este estudo a contextualização da comunicação ainda no princípio da segunda metade do século XX, onde a comunicação de massa ainda era a única forma de comunicação pública em larga escala que as sociedades possuíam.

No capítulo 3 apresenta-se os fundamentos que estruturam a organização observada e as ações comunicacionais desta ONG. A Sustentabilidade de Capra (1996) nos traz os conceitos de sustentabilidade analisados a partir da relação estabelecida entre comunidades sociais e contexto social; Braga, Henriques e Mafra (2004) trazem em seu livro *Comunicação e estratégias para a mobilização social* propostas de orientação de comunicação dirigida a serem aplicadas pelas novas organizações que se estabelecem sob novos paradigmas sociais e como consequência devem administrar de forma diferenciada seus discursos e seus diálogos com a sociedade; Toro e Werneck (1996) trazem a análise sobre os novos grupos de mobilização, a partir da identificação de sua estruturação, fundamentação e posicionamentos. TORO (2005) ainda contribui com uma discussão conceitual sob o viés de uma nova perspectiva social o que representam os conceitos de cidadania, democracia e participação social na atualidade.

O quarto capítulo apresenta a Fundação Thiago de Moraes Gonzaga para o leitor, com a intenção de dar a este a oportunidade de conhecer a organização em detalhe. Este capítulo foi construído a partir de uma análise documental baseada em informações resgatadas do site oficial da Fundação.

Já o quinto capítulo apresenta o contexto sócio cultural que gerou a necessidade de desenvolvimento deste grupo de atuação, partindo de dados colhidos com o DETRAN em uma análise documental sobre dados secundários.

No capítulo 6 são apresentados os procedimentos que foram utilizados neste estudo: a observação participante, a análise documental, a análise dos conteúdos e das interações relacionais - a partir dos elementos do corpus. Os protocolos de coleta, emprestados de Jacks (2012) e de análise são apresentados em detalhe com o intuito de servir como material de consulta, já que traz algumas propostas sobre as formas de investigar e organizar os elementos que compõe o corpus.

No capítulo 7 desenvolve-se a análise propriamente dita e são apresentados os elementos do corpus. A análise apresenta uma parte quantitativa, que corresponde à verificação de incidências observadas e registradas e uma parte qualitativa, que diz respeito à análise de conteúdo, de posicionamentos identificados pelos falantes desta rede de relacionamentos e ainda sobre a os conceitos envolvidos nestas discussões bem como sobre os posicionamentos esperados da organização e suas práticas comunicacionais.

No capítulo 8 são apresentadas as considerações finais da autora, que envolvem a avaliação pessoal de seu trabalho - a consolidação de seus objetivos de investigação, suas deduções resultantes de todo o processo de investigação e seus pareceres sobre o resultado final desta pesquisa.

2. COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE: UMA MUDANÇA DE CENÁRIO

A informação durante todo o desenvolvimento da humanidade sempre esteve centralizada nas mãos dos grupos de poder. Velozo (1969) posicionava-se dizendo que a comunicação de massa tornava-se problemática a partir do momento em que limitava o direito de fala a pequenos grupos privilegiados que determinavam o que era dito, controlando assim o fluxo da informação. Enquanto isto, na comunicação individual muitos diziam muitas coisas, embora com um pequeno efeito, pois a mensagem possuía alcance restrito de públicos.

A internet também foi criada por um núcleo de poder com a finalidade de controlar a informação - a NASA (*National Aeronautics and Space Administration*). Foi devido à ação de um grupo de estudantes californianos, classificados depois como *hackers*, que os códigos começaram a ser quebrados. Iniciava-se com este movimento a disseminação da informação pelo espaço em um processo crescente, gerando a descentralização da informação - acontecimento este que traria profundas alterações na sociedade.

No princípio dos anos 1980 a televisão e o cinema apropriaram-se de uma nova e dinâmica forma de linguagem, a linguagem do videoclipe. A multimídia alcançava o mercado de massa e a nova linguagem era incorporada ao cotidiano. Iniciava-se um processo de desenvolvimento cognitivo e social, desencadeado a partir da popularização desta nova forma de produzir sentidos. A fragmentação de imagens, os símbolos subjetivados a partir de colagens não lineares e a construção individual de sentidos a partir de uma vivência específica e pessoal, desenvolve a capacidade cognitiva necessária aos sujeitos para a compreensão e a utilização do ciberespaço¹.

Quando a tecnologia digital começa a penetrar na sociedade logo se estabelece a primeira alteração, pois os telefones móveis trazem consigo o conceito de nomadismo, uma vez que ao estabelecer uma conexão os ausentes tornam-se presentes. A dinâmica comunicacional começa a ser reestruturada, mas ainda não havíamos conquistado a interatividade ampla, continuávamos interagindo apenas com nossos amigos, familiares, e pessoas próximas de nós. Com a disseminação dos computadores pessoais, e mais ainda, com a criação da Web 2.0 (O'Reilly), inaugurada em 6 de agosto de 1991, por Tim Berners-Lee quando ele postou um resumo no grupo de notícias alt.hypertext

¹ Santaella (2003) apresenta relatos sobre uma pesquisa desenvolvida entre o leitor contemplativo e o leitor movente; constatando que é o leitor movente “que preparou sua sensibilidade perceptiva e cognitiva em estado de prontidão motora e lúdica que caracteriza o perfil do internauta”.

conquistamos a possibilidade de ampliar nossa comunicação. Entramos a partir daí em contato com o mundo e suas diversas interpretações, as formas de interação multiplicaram-se, tendo em vista que pessoas que nunca haviam se encontrado presencialmente começaram a compartilhar materiais e opiniões, compartilhando inclusive autorias de produções culturais.

Eu diria que uma sociedade que tem uma cultura participativa é uma sociedade em que, possivelmente, as pessoas são mais incentivadas a falar e trocar idéias umas com as outras. E essa combinação é o que promove o impulso democrático. Não é a tecnologia que faz isso acontecer, e sim, a cultura em torno desta tecnologia. Uma sociedade em que você pode colocar seus pensamentos na rede e ter acesso a ideias de outras pessoas cria um enorme potencial para o avanço da democracia. (JENKINS, 2009)²

A autoria compartilhada é uma forma de relacionamento interativo possibilitado a partir do desenvolvimento da *arquitetura da participação*, como ficou reconhecida a estrutura que envolve a tecnologia da web 2.0. Por ter proporcionado tamanha transformação nas formas de socialização, é que a web 2.0 deixou de ser apenas encarada como uma tecnologia e passou a representar um marco histórico.

A figura 1 (abaixo) mostra o Mapa mental de cibercultura desenvolvido por Alex Primo em setembro de 2007. É apresentado completo para que se possa perceber todos os contextos envolvidos neste processo. Mais adiante apresentamos dois recortes da figura para dar destaque aos conceitos relativos aos segmentos deste mapa que dizem respeito aos fundamentos da cibercultura e às estruturas das redes sociais, pois foram estes os dois segmentos utilizados aqui para dar sustentação à investigação desenvolvida.

² Excerto de entrevista fornecida à revista Superinteressante, mar. 2009.
Endereço digital: <http://super.abril.com.br/cotidiano/voce-leitor-616571.shtml>

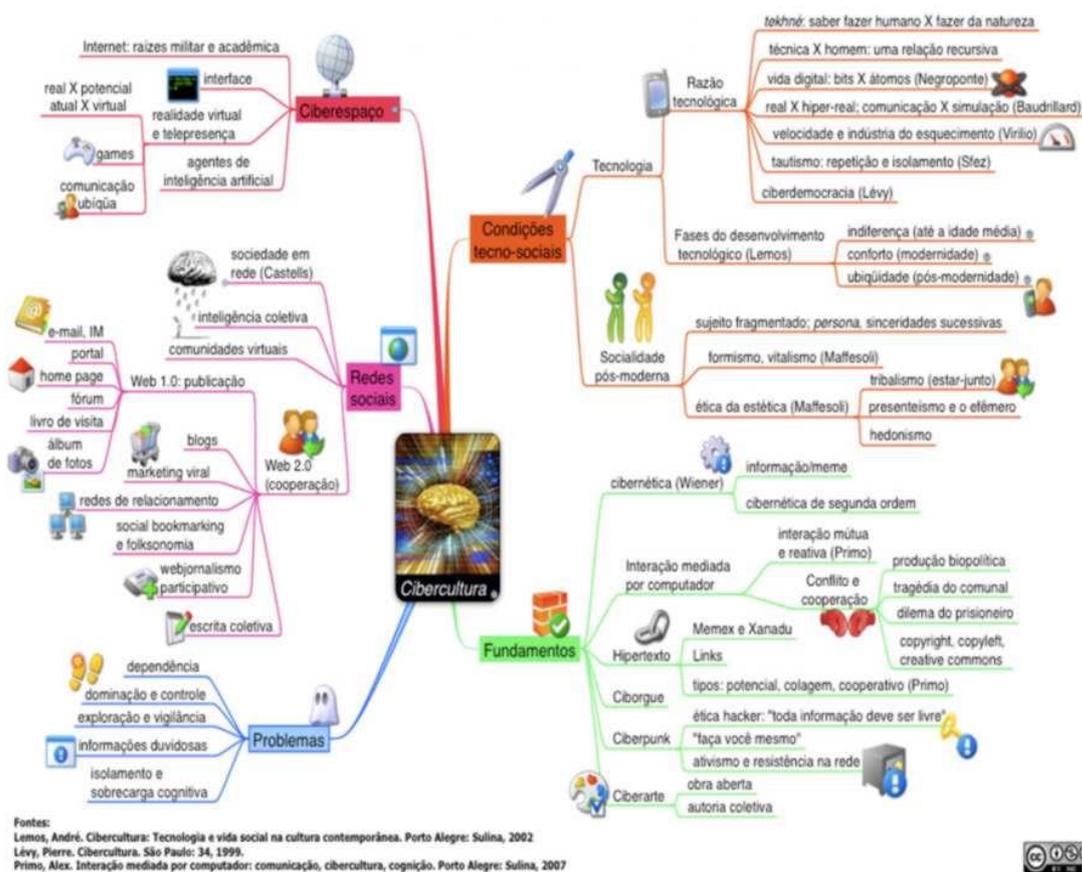


Figura 1³
Mapa Mental de Cibercultura (PRIMO, 2007)

Todos os fundamentos apresentados neste mapa buscam transcender o conhecimento e o comportamento do homem até então conhecido. A necessidade de ampliar a visão de mundo e de compartilhar informações move os usuários da rede em direção ao agregamento, à sociabilidade em rede, mesmo que esta sociabilidade esteja permeada por conflito e resistência, porque estes conceitos também são vistos pela sociedade cibernética como algo propositivo. Do conflito e do debate vem o enriquecimento do saber humano; da resistência vem a noção de direitos, de luta e de mobilização social.

Ao observar o recorte do mapa mental de cibercultura apresentado na figura 2 (abaixo), identifica-se a cibernética, a interação mediada por computador, o hipertexto, o ciborgue, o movimento ciberpunk e a ciberarte.

³Redimensionado para melhor enquadramento. Imagem sob licença creative commons. Endereço eletrônico: http://farm2.static.flickr.com/1326/1438353287_000f464f54_o.jpg



Figura 2⁴

Recorte do Mapa Mental de Cibercultura (PRIMO, 2007)

Neste segmento do mapa, na figura 2, estão representadas as estruturas relacionais sobre as quais a interação mediada por computador se desenvolve: as interações mútuas e reativas, o conflito e a cooperação. Destaca-se também o segmento ciberpunk, onde encontramos a ética hacker, o estímulo à produção autoral, o ativismo e a resistência na rede, porque percebe-se que estes conceitos representam alguns dos valores sociais construídos que tomam por base as práticas comunicacionais e relacionais da rede internet. Todas estas práticas nos dão alguns indícios de que os valores circulantes na sociedade estão em processo de mudança.

A sociedade da cultura digital apresenta uma tendência pró ativa, onde o posicionamento crítico parece estar mais presente, ou pelo menos mais explícito. Esta “nova sociedade” é barulhenta, quer opinar; se a televisão não permite o diálogo, desenvolvem-se debates paralelos no *Twitter*; criticando conteúdos televisivos, e até construindo pautas para a televisão, como foi o caso do *cala a boca Galvão*, que a revista *Veja* retratava em manchete, como “A Fúria do *Twitter*”⁵.

Ciberativismo é como se definem os movimentos ativistas que se desenvolvem ou se organizam a partir da rede virtual. Todos os movimentos sociais que respondem à estas características são denominados cibermovimentos ou movimentos ciberativistas. Dois movimentos ciberativistas recentes que podem ser apresentados como exemplo desta forma de ação reivindicatória em rede virtual são: as ações e petições que foram

⁴Redimensionado para melhor enquadramento. Imagem sob licença creative commons.

⁵ Revista *Veja*, Edição 2170, ano 43, nº25, 23/07/2010

encaminhadas pela rede pressionando os políticos pela votação que aprovasse o projeto ficha limpa e a mobilização de repúdio ao assassinato de Neda Agha Soltan,⁶ (iraniana de 16 anos).

Os movimentos sociais migraram para a rede, ou melhor, estenderam sua comunicação para estes espaços virtuais no interesse de promover a amplificação de sua voz, desenvolver-se e ganhar força, utilizando para isto os recursos oferecidos pelas redes sociais. A sociedade começa a produzir seus próprios sentidos, discutir valores, descobrir novas formas de viver e sustentar-se. Estes frequentadores das redes sociais, que constroem suas identidades a partir de interações relacionais, constroem também uma reputação - posicionando-se, compartilhando opiniões, materiais, informações e conhecimentos.

Neste momento porém, é importante estabelecer que o desenvolvimento das tecnologias de informação por si só não geraram este sujeito. O desenvolvimento das TICs (tecnologias de informação e comunicação) apenas cria um *locus* adequado para que este sujeito se desenvolva (MARQUES, 2003).

Amplia-se, a partir do exercício do compartilhamento de saberes, o conceito de inteligência coletiva,⁷ onde ninguém detém o saber e todos sabem alguma coisa, onde todo o saber está na humanidade, em contínua evolução, a partir das trocas entre os frequentadores das redes. A descentralização da informação torna-se um fato.

Antes, o poder estava ao lado de quem detinha a posse dos meios de produção. O dono da fábrica além de poder econômico, acumulava poder político. Na fábrica eram definidas nossas opções de consumo, segundo imposições da economia de escala: um tamanho único para todos os gostos. E a própria vida das comunidades girava em torno das demandas de trabalho da fábrica. (PRIMO, discurso⁸ de formatura UFRGS, 2011)

2.1 A SOCIEDADE DIGITAL E SUAS INTERAÇÕES

Para esclarecer os conceitos sobre as formas de interações propostos por Primo (2007) é preciso antes deixar claro que todas as formas de interações por ele conceituadas, dizem respeito às relações estabelecidas e não aos sujeitos envolvidos nestas relações. Explicando melhor, pensar interações, para o autor, só é possível a partir do momento em que se compreende que um sujeito precisa necessariamente estar

⁶ http://pt.wikipedia.org/wiki/Neda_Agha-Soltan

⁷ Inteligência coletiva segundo Pierre Lévy (1999) – A Inteligência Coletiva: Por uma Antropologia do ciberespaço.

⁸ Este discurso pode ser lido na íntegra na página

http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2011/08/11/discurso_sobre_redes_sociais_liberdade_e/

se relacionando com outro sujeito para existir o processo de interação. A interação é um processo, portanto depende das relações e não dos sujeitos. A forma como se dão estas interações é que dependerão dos sujeitos e dos ambientes (ou meios) em que as interações se desenvolverão.

Dito isto, apresentaremos inicialmente o conceito de interação mútua segundo Primo (2007) apresenta em seu livro. A interação mútua leva em consideração o princípio da interdependência definido por Rogers (1998 apud PRIMO, 2007, p. 102) que chama a atenção para a situação em que se identifica certo grau “de dependência mútua que sublinha a natureza dos relacionamentos sociais criados conjuntamente” (ROGERS 1998, apud PRIMO, 2007, p.102), uma vez que este processo de interação ocorre de forma à atingir todos os envolvidos no processo. Onde, o que A fala para B, provoca em B reações e sentimentos, ou pensamentos. Estas reações ocorridas em B, provocadas por A, vão gerar em B reações que ele vai emitir em direção à A, representando a “resposta de B” ao estímulo de A. Na interação mútua todas as partes envolvidas estão em constante processo de retroalimentação, pois o estímulo enviado por um interfere diretamente na resposta comportamental do que recebe o estímulo inicial. Este outro, ao enviar a resposta ao estímulo do primeiro, provoca no primeiro um novo estímulo, de onde surgirá uma nova resposta e assim, de forma interligada e contínua, desenvolve-se este processo relacional comunicativo de interação mútua. É o que Shotter (1980 apud PRIMO, 2007, p. 103) define como uma *joint-action*, segundo tradução livre apresentada por Primo (2007, p. 103), “ação-junta”.

Ainda falando em interação mútua o autor apresenta a definição de Fisher (1987 apud PRIMO, 2007, p.103), que afirma ser esta uma interação criada pelas ações de ambos os sujeitos, onde é verificada a reflexividade entre o relacionamento de cada participante. Por suas características percebemos que esta é uma forma de interação que só poderá se dar entre pessoas, uma vez que o computador é uma máquina (sistema não vivo) e uma máquina responde aos estímulos sempre de modo pré programado, condicionado.

Já as interações reativas são próprias das máquinas, pois se definem por gerar uma resposta pré estabelecida sempre que esta for ativada, estimulada; parte do referencial identificado por Lévy (1996, apud PRIMO, 2007) sobre a obra de Deleuze *Diferença e repetição* (1968), de onde Lévy compreende que “o potencial é aquilo que já está completamente construído, [...] e será realizado se não houver interferência” (LÉVY 1996, apud PRIMO, 2007, p. 150). Lévy remete-se aí às situações observadas

analisando-se a relação homem-máquina; onde, independente das ações humanas ou de quem é o sujeito, as respostas se repetirão, de forma automática. Baseando-se nesta definição é que se define uma das formas de interações entre pessoas. No exemplo apresentado a seguir ilustra-se esta configuração. Se B recebe uma chamada em seu celular, mas está no meio de uma reunião da qual não pode se ausentar, ele *ignora* a chamada e envia como retorno uma mensagem pré estruturada que diz – “estou em reunião, ligo depois”. Esta mensagem poderá ser considerada uma resposta reativa ao chamado telefônico, visto que, independente de quem estivesse do outro lado da linha, ou de qual o conteúdo da conversa que o outro planejava desenvolver, a resposta foi a mesma, e se repetiria para todas as ligações que B recebesse naquele momento. Neste caso, o que se desenvolveu entre B e a pessoa que tentou falar com ele pelo telefone e não conseguiu foi uma interação reativa, ou seja, a cada *input* ocorrido o *output* (resposta obtida) se manteve igual.

O mesmo se dá quando se joga com o computador porque, por mais que o jogo mude de contexto, cenário ou personagem será sempre uma situação pré programada pelo engenheiro que desenvolveu o jogo, e nada poderá alterar isto, dentro daquele jogo.

As interações colaborativas podem ser melhor apreendidas através de exemplos, como os jogos de equipe, onde vários internautas formam equipes para jogar on line. No caso de jogo on line, não é contra uma máquina que está se jogando, e sim com outras pessoas, que pertencem ao mesmo time e por isto, colaboram entre si para alcançar um objetivo comum, que é ganhar o jogo. Nas comunidades de jogos on line o espírito de colaboração é tão comum que qualquer pessoa pode entrar no fórum do jogo e pedir dicas de jogo que logo surge alguém para dar informações ou tirar dúvidas.

Outro exemplo são os fóruns de discussões, onde os participantes colaboram uns com outros, esclarecendo dúvidas, debatendo questões, compartilhando conhecimentos. A wikipédia também é um exemplo de interação colaborativa, partindo do princípio que todos os inscritos ali contribuem com a construção do conteúdo encontrado nela. São espaços de relacionamentos cooperativos, onde a colaboração é uma atitude corriqueira e esperada daqueles que frequentam estes espaços.

As interações conflituosas podem ocorrer de forma direta, em uma troca de emails entre sujeito A e B; ou em um grupo de discussão, entre vários sujeitos ao mesmo tempo. Poderá aparecer representada na forma indireta, criando-se um grupo, ou uma página, ou ainda uma comunidade com o tema “odeio ...” Mas o conflito nem sempre é hostil. Nos fóruns de debates que são criados no intuito de promover o

compartilhamento de ideias pode surgir o conflito, tendo em vista que elas poderão ser divergentes e ainda assim configurar uma situação de compartilhamento, porque daquela discussão, poderá resultar uma terceira idéia, diferente da primeira e da segunda, como resultado do debate ocorrido.

Os internautas que frequentam o *Facebook* vem desenvolvendo uma campanha pedindo para o mecanismo *não curtir* seja incluído nas opções de “resposta automática” deste espaço, demonstrando em um claro posicionamento que as pessoas da rede não esperam ter a oportunidade de opinar apenas para elogiar ou apoiar, elas esperam ter o espaço para pontuar insatisfações e críticas.

Ainda temos segundo Primo (2007), os conceitos que se remetem às formas de discursos desenvolvidos entre os interagentes - emissivo, dialógico ou grupal, segundo definições apresentadas por Thompson (1998 apud PRIMO, 2007). Os discursos emissivos se dão quando um agente pronuncia uma mensagem sem intenção ou interesse em receber uma resposta, são as interações que Thompson (1998 apud PRIMO, 2007, p. 20) define como monológicas, onde o fluxo de comunicação “dá-se em sentido único, dos produtores para um numero indefinido de receptores potenciais”, onde Thompson sugere que “seria melhor classificado como uma forma de quase-interação” (PRIMO, 2007. P.21), tendo em vista que interações deste tipo não oferecem possibilidade de reciprocidade, como nas outras formas de interação, mas ainda segundo Thompson, não deixam de ser um processo de quase interação.

Este discurso é característicos dos meios massivos de comunicação, como a televisão, o rádio e os impressos (jornais, livros, revistas) porque quem escreve não o faz esperando uma resposta – “o fluxo de comunicação dá-se em sentido único.” (PRIMO, 2007, p.21)

Nos ambientes eletrônicos podemos verificar esta forma de quase-interação⁹ observando os sites institucionais, ou os portais de comunicação empresarial, também com sua comunicação orientada em um único sentido, o de emitir a um numero indefinido de receptores potenciais. Repete-se aqui a dinâmica praticada pelos meios massivos de comunicação, observada por Thompson e apresentada por Primo (2007).

Os discursos dialógicos, por sua vez, transferem-se do âmbito face a face para o meio mediado por computador, o que suprime a necessidade de observância de tempo e espaço; isto é, através do computador podemos reproduzir a situação de um diálogo face a face mesmo não estando fisicamente em frente ao outro sujeito com quem dialogamos

⁹ Conceito definido por Thompson e apresentado por Primo (2007, p.21) em seu livro.

e mesmo que esta troca de sentidos não se dê exatamente no mesmo momento, como é o caso de e mails, que representam um discurso dialógico, mesmo não apresentando uma interatividade instantânea. Ainda segundo Thompson (1998 PRIMO, 2007, p. 19) “as redes de computadores possibilitam a comunicação ida-e-volta [...] de muitos para muitos”, o que Primo (2007) identifica como diálogos grupais ou ainda interações discursivas grupais.

Quando saímos dos sites institucionais e entramos em um blog logo percebemos que abaixo de cada mensagem, existe um espaço de conversação pública, isto é, espaços para comentários - que poderão ser moderados ou não. O fato é que a partir do momento em que o administrador do blog aceita um comentário, ele se torna público e fica visível a todos aqueles que passarem por aquele espaço de publicação. Por isto os blogs, apesar de terem uma aparência muito semelhante com os sites na sua forma de apresentação de conteúdos, trazem uma proposta diferenciada.

Normalmente quem cria um blog, deseja a interação direta e facilita esta ação comunicacional criando espaços para comentários diretos. Nas redes sociais aquele que publica será considerado o emissor, porque ele “lançou um conteúdo no ar” ou disponibilizou um conteúdo em seu espaço de relacionamentos (emitiu). O diferencial neste caso é que, abaixo de cada postagem, existe o espaço reservado para comentários diretos, representando que ele espera respostas e as estimula, criando um espaço para facilitar a postagem destas.

Os comentários poderão não ser públicos, se o interagente que comentou assim configurar a sua mensagem (privada), mas sempre será direto para aquele que inicialmente postou o conteúdo, caracterizando uma forma de conversação, de interação. Por isto, mesmo desenvolvendo este estudo em uma página oficial criada por uma organização institucional espera-se encontrar as interações dialógicas e grupais, partindo do pressuposto que aquele que cria espaços em redes sociais quer *socializar*.

A interação dialógica é representada por uma conversa direta e endereçada a alguém - emails e mensagens instantâneas configuram de forma bem clara esta situação. É uma troca de informações em forma de diálogo, envolve negociações de sentidos e é mútua.

No *Facebook*, que é o espaço observado nesta investigação, verifica-se alguns comentários que citam nomes específicos durante o desenvolvimento do conteúdo da mensagem; isto será considerado um endereçamento tendo em vista que, quem fala está falando diretamente para um sujeito identificado e não para o grupo. Por este motivo, os

comentários que apresentarem esta configuração serão registrados como interações dialógicas.

A interação grupal é aquela onde todos falam com todos, sem endereçamento específico, em um “espaço público de conversação”. O twitter, ou os comentários do *Facebook* que não apresentam endereçamento explícito estão *conversando* com o grande grupo, isto é, com todos aqueles que por ali transitarem e decidirem participar daquela interação comunicacional.

Observando o segundo recorte realizado no mapa mental de cibercultura desenvolvido por Primo (2007), apresentado na figura 3 (abaixo), pode-se ver em destaque as estruturas que representam as redes sociais da cibercultura. Em seu primeiro nível são apresentados quatro conceitos: a sociedade em rede (Castells), a inteligência coletiva (Lévy), as comunidades virtuais e a web 2.0 (O’Reilly); conceitos estes que representam valores relacionados à sociabilidade, ao coletivismo, ao cooperativismo e ao compartilhamento.



Figura 3¹⁰
Recorte do Mapa Mental de Cibercultura (PRIMO, 2007)

No segundo nível - WEB 2.0 (cooperação) – reconhecemos logo no primeiro subnível os recursos desenvolvidos ainda na fase de web 1.0, que é a publicação, ou

¹⁰Redimensionado para melhor enquadramento. Imagem sob licença creative commons.

compartilhamento simples, isto é, sem a interferência criativa daquele que compartilha; os meios ainda não configuravam-se como espaços.

Logo abaixo percebe-se que a WEB 2.0 que traz o conceito de cooperação atrelado consigo na imagem, representando que este conceito começou a fazer parte da rede internet, quando ascendemos ao nível de tecnologia da 2ª geração WEB. Das formas de interação relacional apresentadas por Primo (2007) neste segmento destacamos apenas aquela identificada como *redes de relacionamento social*, uma vez que é dentro de um espaço de rede social que a análise deste trabalho foi construída.

A existência das redes sociais só se tornou viável a partir deste momento, quando as TICs (tecnologias de informação e comunicação) alcançam este patamar de desenvolvimento – a Web 2.0. Desenvolvimento este que também gerou o *locus* apropriado para o surgimento dos prosumers – sujeitos que desenvolvem seus próprios conteúdos e/ou modificam conteúdos disponibilizados na rede, em constante exercício de criação e de interação - reafirmando a visão de Lévy que em 1999 anunciava a abertura de um novo espaço antropológico, o espaço do saber, onde todos poderiam contribuir para o enriquecimento do conhecimento humano.

Entre a inauguração da web 2.0 (6 de agosto de 1991) e a consagração desta alteração na forma de participação do sujeito nas interações mediadas por computador pela voz de Lévy, oito anos se passaram, demonstrando que estas tecnologias de informação e comunicação evoluem segundo um processo de adaptação constante entre tecnologia e sociedade, ou melhor dizendo, entre as tecnologias e os usos que se fazem delas a partir de apropriações sociais. Processo este identificado por Castells (2001, p.21), que afirma ser a internet “una red de comunicación global, pero los usos de Internet, su realidad en continua evolución es producto de la acción humana, bajo las condiciones específicas de una historia diferencial”.

A apropriação praticada pelos sujeitos sobre os recursos da rede e a ressignificação de valores resultantes da atuação nestes novos espaços de relacionamentos está produzindo alterações representativas nos modos de organização de todas as estruturas sobre as quais a sociedade se constrói, sejam elas a economia, a política, a educação ou a própria comunicação. Neste espaço, partindo-se do princípio da inteligência coletiva, cada ser humano tem o seu valor, a sua sabedoria e a sua contribuição para prestar à coletividade, qualquer pessoa que seja excluído deste universo representa uma perda qualitativa na sabedoria da humanidade. “Não sou intercambiável. Tenho imagem, posição, dignidade, valor pessoal e positivo no espaço

do saber. Todos os seres humanos têm direito ao reconhecimento de uma identidade de saber”. (LÉVY, 1999, p.28)

Pensando na rede Internet como um espaço de relacionamentos verificamos a reprodução de determinadas práticas, emprestadas da nossa sociedade. “Um lugar sem hierarquia, mas que, de alguma forma, acaba reproduzindo a estrutura social da qual é fruto.” (MARQUES, 2003, p.174). Partindo deste princípio percebe-se que publicar na rede apenas não basta para ser ouvido ou mesmo levado a sério. É necessário antes que se construa uma reputação social em rede, que se conquiste reconhecimento perante os grupos que compartilham os espaços sociais na Internet.

Os grupos de mobilização que hoje atuam na rede Internet não escapam destes protocolos sociais, uma vez que eles também precisam estabelecer sua identidade em rede. Por identidade tomamos o conceito de Castells (1999) que define-a como sendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais. Da mesma forma como os protocolos sociais são reproduzidos dentro da rede, as ações construídas na rede pelos grupos de mobilização social precisam sair às ruas para se concretizarem.

Quando Henrique Antoun organizou o livro *Web 2.0 Participação e vigilância na era da comunicação distribuída* (2008), a internet ainda era vista como um espaço para ampla *distribuição* de informações, como demonstra o título do livro, preservando a visão emissiva herdada da indústria cultural e da comunicação de massa. Segundo o autor, possuir a liberdade de leitura não é o mesmo que possuir liberdade de construção e emissão. Dizia ele, em 2008, que o leitor mais ativo ainda via-se passivo diante da perspectiva de não ter o direito de produzir a informação que seria capaz de incluí-lo no debate público como “falante” no processo de discussão em rede Internet. Com o desenvolvimento de práticas comunicacionais dentro dos espaços da *World Wide Web* (www) e das TICs esta configuração foi se alterando, espaços de conversação ganharam novas ferramentas para estruturar e produzir conteúdos e sentidos. Junto com as novas práticas, os conceitos relativos ao compartilhamento em rede, à produção de sentidos e conteúdos de forma descentralizada, à construção colaborativa do conhecimento, à inteligência coletiva e à noção de sociedade planetária ganhavam espaço.

Quem poderia pensar que um dia uma enciclopédia seria escrita por amadores, e que seus verbetes estariam sempre na primeira página de resultados do Google? E quem poderia imaginar que documentos secretos dos Estados Unidos poderiam ser salvos em seu próprio computador, depois de divulgados no site do Wikileaks? A radicalidade dessas experiências se explica pela máxima *hacker*: o conhecimento é um bem da humanidade e a informação quer ser livre. (PRIMO, discurso¹¹ de formatura UFRGS, 2011)

Conceitos que, apesar de já possuírem pelo menos 10 anos, até bem pouco tempo pertenciam aos discursos da arena dos hackers, dos desenvolvedores das TICs, dos pesquisadores da cibercultura, mas não estavam disseminados socialmente. Existe hoje um incentivo, embora bastante limitado, da mídia de massa ao uso das redes sociais. Segundo Antoun (2008), isto ocorre porque a mediação tinha fugido das mãos dos grandes mediadores e agora estava embutida no código das interfaces através dos protocolos, levando a indústria cultural a repensar seu posicionamento diante destes espaços de conversação.

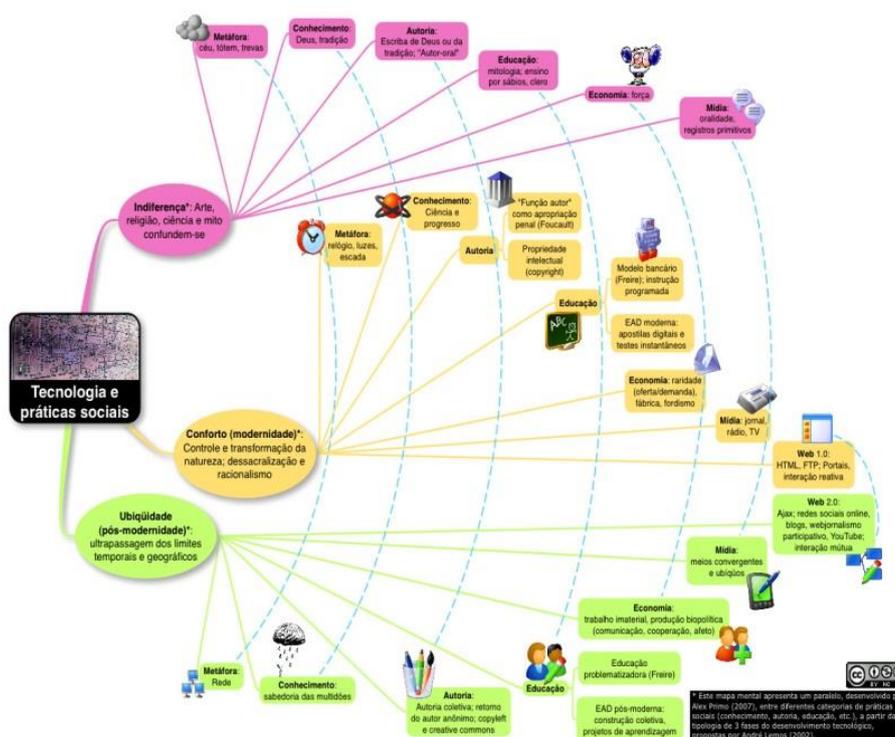


Figura 4¹²

Mapa mental: Tecnologia e práticas sociais

¹¹ Este discurso pode ser lido na íntegra na página

http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2011/08/11/discurso_sobre_redes_sociais_liberdade_e/

¹² Desenvolvido por Primo (2007), a partir da tipologia das 3 fases do desenvolvimento tecnológico proposta por Lemos (2002). Imagem sob licença creative commons.

Endereço eletrônico: http://farm3.static.flickr.com/2383/1600635456_2b3b667730_o.jpg

Se observarmos a figura 4, que relaciona as tecnologias da informação e comunicação (TICs) com as práticas sociais, veremos que a ultrapassagem dos limites temporais e geográficos e o desenvolvimento do conceito de ubiquidade nos desloca para um novo lugar na existência humana, a partir do momento em que desloca a nossa maneira de nos relacionarmos com o mundo e com os outros.

A metáfora é a rede. No momento em que se constroem os relacionamentos, cada sujeito envolvido torna-se *nó* de uma rede de relacionamentos, isto é, através de cada um várias pessoas se relacionam, formando uma imensa rede social interligada por *nós* e cada *nó* age como um *conector* dentro desta rede. Mas apenas agora consegue-se visualizar isto quando, navegando em uma rede de relacionamentos, percebe-se esta interação; através dos elementos de cada relação que compartilham de *amigos* comuns. Por exemplo, se A e B são amigos na rede virtual e B também é amigo de C- que A não conhece pessoalmente e nem virtualmente. Em determinado momento C publica algo que B *curte*. Por ser B amigo de A, A recebe em suas atualizações no *Facebook* (via indireta) a publicação de C, que foi *curtida* por B. A poderá ou não *curtir* ou não, *compartilhar* ou não a publicação de C, mas o fato é que, mesmo sem se conhecerem A e C trocaram informações. Neste caso, o *nó* desta rede de informações foi o interagente B.

Observando a figura 5 (abaixo) veremos que o conhecimento atualmente encontra-se vinculado ao conceito de *Sabedoria das multidões* (2006), onde Surowiecki afirma que um grupo de pessoas é substancialmente mais inteligente e criativo do que a pessoa mais brilhante deste grupo; reconhecendo o fato de que o conhecimento está disperso, em movimento contínuo do espaço-tempo nas redes cibernéticas. *A educação como prática de liberdade* de Freire (1967), baseada em construtivismo, colaboração, horizontalidade e libertação, começa a ganhar espaço para se desenvolver na sociedade atual. A economia independente, a produção individual ou coletiva de bens, serviços e cultura emerge em consequência dos novos meios de produção, devido à facilidade de escoamento de materiais e devido ao fato de não ser mais necessário grandes estabelecimentos físicos para abarcar grandes projetos.

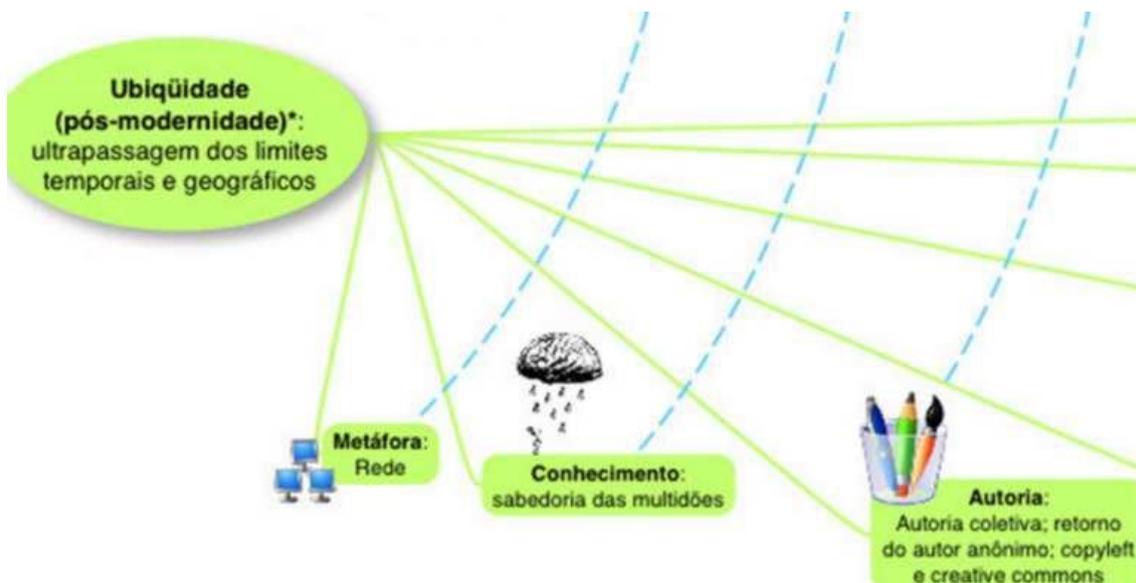


Figura 5¹³
Recorte do Mapa mental: Tecnologia e práticas sociais

A sociedade em que atualmente vivemos começa a perceber o seu contexto de forma holística, onde todos dependem de todos, onde todos podem colaborar para o bem comum de alguma forma, cada qual com suas aptidões. Como resultado destas transformações conceituais, emergem com força as mobilizações sociais, configurando a diversidade de elementos sociais e de desafios¹⁴ específicos aos quais a sociedade precisa responder.

¹³ Desenvolvido por Primo (2007), a partir da tipologia das 3 fases do desenvolvimento tecnológico proposta por Lemos (2002). Imagem sob licença creative commons.

¹⁴ Conceito apresentado por Henriques (2004)

3. A MOBILIZAÇÃO SOCIAL ATUAL E SEUS FUNDAMENTOS

Segundo Toro e Werneck (1996, p.3), “mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados”, onde participar ou não de um processo de mobilização representa um ato de liberdade por ser uma escolha feita por cada indivíduo envolvido de acordo com sua consciência e seus posicionamentos pessoais. Os autores ainda afirmam que a mobilização requer uma dedicação contínua e produz resultados quotidianamente. É sobre estas bases que se constrói a atual mobilização social, onde a democracia é compreendida como uma cosmovisão (TORO, 2005) - um novo modo de ver a vida e de estar no mundo.

O autor enfatiza que a cosmovisão é uma forma de perceber o mundo e de se relacionar com ele e que, quando esta cosmovisão é compartilhada por muitos, ela torna-se social e produz a coesão. Nesta conceituação de democracia, proposta por Toro (2005), ela não poderia ser construída a partir de leis, mas sim sobre princípios de ordem ética, que seriam o princípio da secularidade, da autofundação, da incerteza, da ética, da complexidade e do público.

O princípio da secularidade nos diz que toda a ordem social é construída, e por isto é passível de transformações, à medida que estas transformações se fazem necessárias. O princípio da autofundação nos lembra que a democracia é uma ordem consolidada pela mesmas pessoas que vão viver sob esta ordem, cumprindo-a e protegendo-a. O princípio da incerteza afirma que não existem fórmulas ou modelos ideais para se copiar, que cada sociedade deverá criar seu próprio modelo de acordo com suas estruturas e realidades particulares.

O princípio da ética recupera a noção de que, embora não existam modelos a serem copiados, toda a ordem democrática orienta-se para viabilizar os direitos humanos, cuidar da vida e protegê-la. O princípio da complexidade salienta que conflito, diversidade e diferença são elementos constitutivos da convivência democrática – em acordo com os valores demonstrados por Primo (figura 2) em seu mapa mental de cibercultura sobre as formas de interação relacional encontradas na rede internet, onde cooperação e conflito *compõe* esta nova estrutura social. E por fim, o princípio do público reitera que, em uma democracia, o público é aquilo que convém a todos; é o espaço onde “todos” representa o coletivo, a comunidade.

Para o autor o terceiro setor é imprescindível na construção da moderna democracia, uma vez que ele representa a voz do público, da comunidade, questionando as situações colocadas pelo Estado a partir do momento em que estas estejam em dissonância com o desejo comum, com as necessidades e anseios desta comunidade em questão.

Nestes novos modos de se pensar a vida, onde se parte do princípio de que todos os seres vivos estão interconectados, formando grandes ecossistemas sociais, emerge o conceito de sustentabilidade, defendido por Capra (1996). Ele afirma que a sustentabilidade não se refere apenas a relação do ser humano com o meio ambiente, mas que é a consequência de um complexo padrão de organização. Ele pontua cinco características básicas para que o desenvolvimento da sustentabilidade proposta torne-se viável, são eles: a interdependência, a reciclagem, a parceria, a flexibilidade e a diversidade.

Segundo o autor, somente com estas cinco estruturas trabalhando em sincronia poderemos alcançar a sustentabilidade; não apenas do planeta físico, mas do planeta vivo¹⁵. A expressão planeta vivo refere-se aos conceitos de Capra sobre sistemas vivos, que engloba tanto as comunidades ecológicas quanto as comunidades humanas, pois o autor reconhece as duas formas de comunidade como sistemas vivos, a partir da comparação dos seus princípios básicos de organização. Sobre esta comparação Capra (1996) afirma que ambas exibem os mesmos princípios básicos de organização. Define-as como redes organizacionalmente fechadas, mas abertas aos fluxos de energia e de recursos. Afirma ainda que as suas estruturas são igualmente determinadas por suas histórias e que ambas são inteligentes devido às dimensões cognitivas inerentes aos processos da vida.

Na interdependência, ou dependência mútua de Capra – cada organismo vivo dependeria do comportamento de muitos outros. O sucesso de uma comunidade dependeria do sucesso de cada um de seus membros, assim como o sucesso de cada membro, dependeria necessariamente do sucesso de sua comunidade. Nesta visão de sustentabilidade defendida por Capra a sociedade e a comunidade - núcleo orgânico de uma sociedade - representam os organismos vivos.

¹⁵ O termo “vivo” representa nesta discussão *aquilo* que possui vida, isto é, uma comunidade possui vida própria a partir do momento que representa um *organismo* – conjunto de sujeitos que formam aquela comunidade atuando de forma coordenada em busca de um resultado coletivo. Este sujeito, na teoria política chama-se sujeito orgânico, por ser parte deste organismo - as conformações sociais (família, tribo, clã, comunidade, sociedade, Nação).

A reciclagem evoca a realidade mais fundamental de todos os ecossistemas, a de que a natureza é cíclica, enquanto nossos sistemas industriais são lineares, conforme observa Capra. Durante bilhões de anos a natureza evoluiu através do processo de retroalimentação sistemática; cadeia esta rompida pelo desenvolvimento de nossa sociedade industrial, onde nada é reaproveitado e como consequência, produzimos excessivos volumes de resíduos.

A sociedade também é um sistema orgânico, e como tal também possui a capacidade de reciclar-se, de reinventar-se. À medida que os contextos estruturais (economia, política, tecnologias da informação...) e culturais, nos quais a sociedade está inserida sofrem transformações, ela também sente a necessidade de buscar novos pontos de equilíbrio, através da prática da reciclagem.

Reciclar posicionamentos sobre os acontecimentos que se apresentam, à medida que se apresentam, é fundamental para a evolução do sistema social, do contrário resultamos cercados de instrumentos que não servem mais aos contextos atuais; os recursos sociais tornam-se obsoletos, assim como os resíduos nos sistemas lineares de produção. Com esta função é que se constroem as mobilizações sociais, sua função é promover debates, discutir novos posicionamentos para, desta forma, reciclar a sociedade.

A parceria representa, neste processo identificado pelo autor, a democracia e o poder pessoal, uma vez que cada membro de uma comunidade tem o seu valor e desempenha um papel fundamental para a construção e preservação de sua comunidade. Capra define a flexibilidade como a capacidade de retomar-se o equilíbrio, cada vez que este sistema sofra alguma alteração significativa, devido a condições ambientais mutáveis. Por ambiente toma-se o contexto, pois este é o ambiente que determina a forma como os sistemas sociais se desenvolvem.

Segundo Primo (2008), quando surge uma perturbação do equilíbrio de um sistema vivo, esta perturbação interfere diretamente na estruturação deste sistema, gerando neste a necessidade de evolução em busca de um novo ponto de equilíbrio; em oposição aos sistemas fechados, ou não vivos, onde equilíbrio e desequilíbrio é uma questão de “calibragem” do sistema, ou por outro, a reconfiguração do mesmo sistema.

Ao apresentar o fluxo de informações em um organismo vivo, Primo reforça as teorias de Capra sobre a interdependência e a reciclagem como elementos inerentes ao sistema orgânico. Demonstra que a interação comunicativa entre os sujeitos é o elemento formador dos laços sociais dentro deste organismo e ao mesmo tempo é o

elemento capaz de gerar transformações no equilíbrio e portanto, no desenvolvimento do organismo vivo, atuando como agente transformador. Observa que os sistemas vivos, por serem dinâmicos, tem sua estrutura em constante variação.

Entender o processo de crescimento e evolução segundo o autor, é perceber que algo continua igual (a organização deste organismo), enquanto algo se transforma (a estrutura dele). Porque, ainda segundo o autor, a organização de um organismo vivo não deve mudar, tendo em vista que, se esta se transforma, o próprio organismo se transforma, deixando de ser o anterior para surgir um novo organismo e que isto não seria a representação do mesmo organismo original.

Assim se configura também a mobilização social democrática que Toro (2005) defende, reconhecendo a sociedade como um organismo complexo e dinâmico, porém com uma organização permanente - aquela organização que faz dos sujeitos seres coletivos, partes de uma comunidade, determinada a partir de seus laços ideológicos, de sua consciência coletiva sobre o significado do bem comum. Neste sistema democrático proposto por Toro, as formas como nos organizamos são criadas por nós, e portanto mutáveis, de acordo com os contextos em que nos vemos inseridos - representando as estruturas, isto é, as bases em que são estruturadas as formas de convivência desta sociedade específica, guardadas as suas identidades coletivas. Enquanto os laços afetivos e ideológicos transformam estes grupos de pessoas em uma sociedade - seus valores comuns e o senso de co-responsabilidade, representariam então a organização deste organismo (sociedade), sua “acomodação” molecular.

3.1 COMUNICAR PARA MOBILIZAR

Braga, Henriques e Mafra (2004) afirmam que mobilizar, mais que um modismo, passou a ser uma exigência dos nossos tempos, onde temos uma sociedade complexa e cada vez mais planetária, formando um ecossistema onde todos estão em constante relação, onde o equilíbrio só é possível se pensarmos e agirmos de forma holística. Afirma ele que não se pode mais esperar que governos, governantes, ou entidades institucionais tenham o poder de coordenar uma gama tão extensa e diversificada de ações e esforços necessários à resolução dos novos desafios sociais que se apresentam, diante de tantas transformações. Toro e Henriques fundamentaram esta etapa do trabalho – a identificação do modelo e do posicionamento da organização

analisada, bem como os pressupostos sobre os modelos de comunicação que buscamos encontrar neste espaço de conversação.

Numa perspectiva de estruturação dos projetos mobilizadores de forma aberta, multidirecional, participativa e democrática, com a finalidade de acabar com a estagnação e a acomodação dos indivíduos, é preciso colocar estes problemas reais em movimento e circulação na sociedade, para o que é essencial estabelecer estratégias comunicativas. (HENRIQUES, 2004, p.3)

Uma vez entendida a compreensão sistêmica da qual partem Primo (2008) e Toro (2005), sobre interação relacional e estruturação de uma mobilização social respectivamente, se faz necessário a apresentação de uma outra conceituação, que trata da forma como a mobilização social deve estruturar sua comunicação, segundo Henriques (2004).

Este autor defende a necessidade de estruturar-se uma comunicação dirigida para melhor coordenar os fluxos de informações, entre os movimentos de mobilização social e os sujeitos da sociedade; onde a interação face a face, proporcionada pelas TICs, retoma os contextos interativos de co-presença, promovendo uma maior proximidade entre os indivíduos e possibilitando ações mais coesas.

O que dialoga com o conceito de Toro e Werneck (1996), que consideram a mobilização social como um processo de convocação de vontades para mudar a realidade, a partir de propósitos comuns estabelecidos pelo consenso. Henriques (2004) propõe a comunicação planejada que estrutura estes processos de mobilização, onde a principal função seria gerar e manter vínculos entre os movimentos e seus públicos através do compartilhamento de sentidos e valores. Aponta a co-responsabilidade como a vinculação ideal para a convocação destes integrantes, entendendo que a comunicação deve, para alcançar este fim, estimular a cooperação entre movimento e sociedade participante deste movimento. A busca é da transcendência, estabelecer a coesão e continuidade do processo a partir da formação de vínculos ativos e permanentes com a comunidade envolvida nos projetos de transformação social.

Henriques determina que, para que as estratégias comunicacionais sejam bem sucedidas em seus propósitos é necessário antes suprir determinadas demandas ou funções, que são a difusão das informações, a promoção da coletivização e os registros de memória do movimento - a fim de construir um histórico sobre este processo e fornecer elementos de identificação com a causa. A partir da construção de símbolos,

que representem seus valores e propague a identidade do movimento em questão, o autor crê que é possível gerar os sentimentos necessários ao estabelecimento de vínculos entre a mobilização e seus públicos - que são o sentimento de pertença e de co-responsabilidade.

Assim, a comunicação para mobilização deve se propor a orientar os indivíduos em seus espaços de interação, ou mesmo, criar ambientes, onde as relações e as interações ocorrerão através do diálogo livre entre os sujeitos, e o conhecimento será apreendido e reelaborado através dos próprios contextos da comunidade. (HENRIQUES, 2004, p.28).

Segundo o autor é necessário ainda que se vigie a forma de como esta comunicação está organizada, tendo em vista que, para além das funções, a forma como a comunicação é construída determina a forma de relacionamento estabelecido entre a mobilização e seus integrantes. Significa dizer que, se o objetivo da comunicação é desenvolver laços fortes e vínculos permanentes, é necessário que se construa uma comunicação que respeite os horizontes éticos do processo de mobilização constituído.

Henriques afirma que a comunicação deve ser estruturada para coordenar ações, gerar canais - por onde passarão os fluxos de informações - representando a horizontalidade e a interação entre os participantes e o projeto. Henriques salienta sob este viés estratégico que a comunicação adequada a um movimento democrático de mobilização social precisa ser, antes de tudo, dialógica, libertadora e educativa. Baseando-se nesta definição de Henriques que se planejou a análise deste estudo. Partiu-se destes princípios para definir as características que seriam observadas, em relação às formas de interação e seus conteúdos, suas origens e funções.

Para estabelecer os vínculos com os *stakeholders* a partir da comunicação estratégica, Henriques propõe que inicialmente se faça uma análise cuidadosa a respeito destes públicos, tornando necessário detectar os caminhos e identificar os circuitos por onde a comunicação, ao transitar, proporcionará a produção do sentido comum. Ele estabelece oito níveis, para caracterizar a natureza e a força dos vínculos estabelecidos, afirmando que a análise destes níveis propostos pode auxiliar em uma melhor definição dos públicos a partir da medição de seu grau de vinculação ao projeto de mobilização social. Observando a figura 6 (abaixo) pode-se acompanhar a análise de Henriques sobre os níveis de vinculação dos sujeitos com a mobilização social.



Figura 6¹⁶
Escala de Níveis de Vinculação (HENRIQUES, 2004)

O primeiro nível proposto por Henriques é a localização espacial, ou seja, perceber onde, seja no espaço geográfico ou virtual, encontram-se os stakeholders. O segundo nível é o da informação - descobrir quais são as informações que as pessoas tem sobre o movimento e quais são suas fontes de consulta.

O terceiro nível é o julgamento - nível para o qual, segundo Henriques, deve-se dedicar muita atenção, já que é no processo de assimilação das informações sobre os movimentos o momento em que os julgamentos sobre suas ações e valores se darão - sendo assim é melhor certificar-se de que a sociedade receberá informações claras e precisas sobre os fundamentos da organização e suas ações a fim de atrair para o projeto sentimentos de apoio, legitimação e preservação do mesmo.

O quarto nível é a ação que avalia, ainda segundo o autor, as diversas formas de contribuições dos públicos para o projeto social, contribuindo direta ou indiretamente sob a forma de idéias, produtos, serviços ou mesmo com pesquisas, onde o fim é auxiliar o movimento na consolidação de seus objetivos. O quinto nível é a coesão, alcançada através da superação de ações fragmentadas, no intuito de desenvolver laços fortes com a comunidade colaboradora do projeto.

¹⁶ Escaneado do livro e redimensionado para melhor enquadramento.

No sexto nível apresenta-se então a continuidade - que determina o processo de participação coletiva permanente. O sétimo nível trata da co-responsabilidade, que ocorre quando os stakeholders sentem-se também responsáveis pelo sucesso do projeto, reconhecendo a necessidade de uma participação ativa, como parte determinante do processo de conquista das pautas em questão.

O último é o nível institucional, que se formaliza quando os sujeitos assumem um vínculo extremamente forte com a mobilização, concretizando esta colaboração em um estágio contratual, que ocorre no momento em que os *stakeholders* engajam-se e comprometem-se formalmente com a mobilização social e seus projetos, assumindo muitas vezes os custos de desenvolvimento das ações necessárias para a consolidação das ações agendadas. Estes níveis não se excluem, conforme esclarece o autor, eles se somam à medida que representam uma evolução nos laços conquistados dentro da relação estabelecida entre movimento e sujeitos, configurando uma relação que amadurece e evolui.

Toda ordem social é criada por nós. O agir ou não agir de cada um contribui para a formação e consolidação da ordem em que vivemos. Em outras palavras, o caos que estamos atravessando na atualidade não surgiu espontaneamente. Esta desordem que tanto criticamos também foi criada por nós. Portanto - e antes de converter a discussão em um juízo de culpabilidades - se fomos capazes de criar o caos, também podemos sair dele. Somos capazes de criar uma ordem distinta. (TORO E WERNECK, 2005, p.7)

Este é o princípio da razão da mobilização social segundo Toro e Werneck (1996), que pressupõe uma convicção coletiva de relevância, envolve a noção de sentido público e de sentimento coletivo – aquilo que convém a todos. A mobilização social, apesar de ser um direito cidadão de desobediência civil, e por isto reconhecido pelo Estado como um grupo político construído organicamente (no seio da comunidade) sempre lutou com dificuldades pela sua visibilidade pública.

Um grupo de pressão social precisa divulgar suas idéias para conseguir construir sua imagem pública e desta forma conquistar apoio dentro de sua comunidade, precisa também agregar integrantes dentro da sociedade para obter relevância política e poder agendar suas pautas em discussões junto ao poder público. Até bem pouco tempo atrás estes grupos viam-se limitados estrutural e geograficamente, pois não possuíam verbas para financiar uma campanha de visibilidade de ampla escala nos veículos de

comunicação de massa nem estrutura logística para suprir a demanda de suas necessidades comunicacionais.

A partir do momento em que as ferramentas da rede Internet abrem espaço para a produção autoral e proporcionam a estruturação de espaços de relacionamento em rede os movimentos sociais conseguem se organizar com maior eficiência, estruturando uma comunicação ampla de baixo custo que estimula o seu crescimento e expande assim seu poder de voz. Parte deste contexto o desenvolvimento da investigação aqui proposta.

Reconhecendo que a comunicação é uma estratégia vital para a consagração de qualquer núcleo de mobilização social decidiu-se investigar a forma de apropriação destas ferramentas e recursos (proporcionados pela rede internet) que os movimentos sociais estão praticando nas redes virtuais. Como esta análise parte do viés comunicacional optou-se pelo embasamento nas estratégias comunicacionais dos movimentos sociais discutidas por Henriques, uma vez que ele contempla duas características fundamentais para o desenvolvimento desta análise que são a estruturação atual dos movimentos sociais e uma estratégia comunicacional que prevê a execução destas ações em redes virtuais.

O programa Vida Urgente é um plano de comunicação proposto e executado por uma organização não governamental, e por isto se enquadra na configuração de um movimento social. Buscou-se, a partir da análise dos elementos observados em sua página de relacionamentos do espaço *Facebook* entender como este grupo de mobilização social está atuando, quais são os valores que ele dissemina e qual é a forma de relacionamento social que ele consegue desenvolver neste espaço. Também foram analisados os conceitos e valores identificados a partir da coleta realizada neste ambiente de conversação e relacionamento.

4 A FUNDAÇÃO THIAGO DE MORAES GONZAGA - APRESENTAÇÃO

A Fundação Thiago de Moraes Gonzaga (FTMG) foi criada no dia 13 de maio de 1996, data do aniversário de Thiago, falecido no dia 20 de maio de 1995, logo após ter completado 18 anos em um acidente de automóvel. Diza e Régis Gonzaga são os fundadores da FTMG, criadores do programa Vida Urgente e pais de Thiago. O programa Vida Urgente foi lançado no dia 20 de maio de 1996 no Bar Opinião, neste evento foram apresentadas as primeiras peças de comunicação produzidas pela fundação.

Quando a Fundação foi inaugurada não existia ainda a lei do álcool zero, tendo em vista que sua criação data de 19 de junho de 2008. Em vista do contexto da época que se deu o acidente com Thiago, existia ainda, além da ausência de leis mais rígidas e específicas para o trânsito, toda uma cultura social que estimulava os jovens a beberem e dirigirem em alta velocidade. Ao iniciarem esta discussão, os fundadores do programa perceberam que ali estava um problema social, e não pessoal como haviam entendido inicialmente. A partir desta constatação decidem então mobilizar-se a fim de transformar esta realidade.

Dezesseis anos depois o programa alcança repercussão internacional, com um crescente voluntariado e uma expansão significativa de suas parcerias. O número de voluntários na cidade de Porto Alegre e Região Metropolitana é de 8.257 pessoas e o número geral de voluntários é de 17.151 pessoas, 5.250 são do sexo masculino e 11.901 são do sexo feminino. A equipe fixa é composta por 14 pessoas desempenhando diferentes funções no quadro administrativo e mais 6 atores de teatro. Ainda existem na equipe fixa três estagiários (2 universitários e um de curso técnico) e mais três prestadores de serviço.

No total a equipe é composta por 26 pessoas. A Fundação possui contrato com uma equipe de atores que atualiza, revisa e executa as peças teatrais propostas, dirigidas para quatro diferentes faixas escolares: pré escola, ensino básico, ensino médio e universidades.

Entre os parceiros comerciais encontram-se: EPTC, PUC RS, SETCERGS, GM, AMATRA e SIMERS que representam a principal fonte de renda da FTMG. Entre os parceiros de ações: PUC, Planeta Atlântida, Dado Bier, estabelecimentos comerciais da rua Lima e Silva e da avenida Padre Chagas, colégios, empresas, universidades, estádios de futebol e algumas instituições governamentais.

Entre os parceiros midiáticos encontram-se, Correio do Povo, Zero Hora, alguns jornais de bairro e da grande Porto Alegre, revistas, rádios - am e fm e as emissoras de televisão RBS, Record, Band, TVE.

Possuem parceria também com a agência de publicidade e propaganda experimental da PUC, que planeja e produz os materiais (folders, banners, cartazes, bandeiras, panfletos, tatuagens auto colantes, adesivos) para a fundação, sem qualquer custo. O site¹⁷ institucional do programa Vida Urgente também foi criado e desenvolvido por esta agência que posteriormente treinou alguns integrantes da fundação, para que estes pudessem realizar a manutenção deste espaço virtual.

Borboletas são pintadas no asfalto para representar que naquele lugar ocorreu um acidente de trânsito e resultou em uma vítima fatal; a relevância desta ação não está apenas em homenagear aquela vítima registrada pela existência da borboleta, esta pintura indica que aquela área é uma área de risco para os motoristas e para os transeuntes. Nestes lugares onde a borboleta é pintada ela tem o valor de um sinal de alerta, indicando “trecho com risco de acidentes graves”.

Para podrer-se executar esta ação é necessário que primeiro a família da pessoa vitimada autorize que a pintura seja feita, tendo em vista que suas identidades pessoais tornam-se públicas. A execução das pinturas fica por conta da EPTC. O *Borboletas*¹⁸ *pela vida* é um mapa eletrônico do site institucional do programa, onde são identificadas todas as borboletas pintadas na cidade de Porto Alegre.

O mural *As estatísticas tem rosto*¹⁹ traz também as identidades destas vítimas de trânsito, com a intenção de transformar estatísticas em pessoas. Acreditam que desta forma a sociedade percebe com mais clareza a dimensão da realidade do trânsito no Brasil.

Em 2008 fundou-se no Espírito Santo um espaço²⁰ Vida Urgente, que atua dentro das mesmas bases e formatos que o espaço original criado em Porto Alegre. Em Canoas, Carazinho, Erechim, Lajeado, Santa Maria, Veranópolis existem núcleos do projeto Vida Urgente. Em 2000 foi criada a praça da juventude²¹ Thiago Gonzaga, em reconhecimento ao programa Vida Urgente, situado na avenida Porto Alegre, no bairro Medianeira.

¹⁷ <http://www.vidaurgente.org.br/site/index.php>

¹⁸ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_projetos-int.php?codigo=94

¹⁹ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_projetos-int.php?codigo=99

²⁰ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_acoes.php?codigo=887

²¹ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_comunicacao_noticias-int.php?secao=noticias&codigo=2528

O programa Vida Urgente desenvolve ainda palestras em escolas²², universidades e empresas, além de estar presente em congressos, debates e seminários. As ações tem caráter permanente, com agendas e frequências determinadas para cada tipo de ação. Os seus principais grupos de interesse são os pessoas entre 13 e 35 anos, pais que passaram pela experiência de perda ocasionada por acidente no trânsito, crianças em idade pré-escolar e motoristas profissionais.

A FTMG tem dois livros publicados. O livro²³ *Thiago Gonzaga: Histórias de Uma Vida Urgente* - lançado no dia 20 de maio de 1996 junto com o programa Vida Urgente – de autoria de Diza Gonzaga e o livro²⁴ *Gente Vida*, obra escrita por 27 autores. A renda das vendas é revertida para o programa Vida Urgente.

A FTMG realiza periodicamente workshops, oficinas, palestras, encontros entre os voluntários e reuniões entre coordenadores e administradores, com o objetivo de profissionalizar sua equipe.

O site Kazuka RS possui um espaço interno denominado Diário da Vida²⁵ – identificado com o logotipo do grupo Vida Urgente. Neste espaço são postadas notícias sobre as ações do grupo Vida Urgente.

4.1 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

- a) Madrugada Viva – Ação onde grupos de voluntários percorrem os bares e restaurantes de maior movimento na noite de Porto Alegre, conversando com os frequentadores sobre segurança no trânsito.
- b) Moto Vida – Blitz educativa realizada com motociclistas, conversando sobre vulnerabilidade e equipamentos de segurança.
- c) Buzoom – Ônibus do Grupo Vida Urgente que atua em festas de grande porte ou shows, realizando o transporte do público.
- d) Salva Vida Urgente – Ação desenvolvida no litoral do Rio Grande do Sul durante o verão pelos voluntários com os frequentadores de praias (durante o dia) e de bares e restaurantes (durante a noite).

²² http://www.vidaurgente.org.br/site/int_comunicacao_noticias-int.php?secao=noticias&codigo=2487

²³ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_fundacao-secao.php?secao=o_livro_da_vida

²⁴ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_fundacao-secao.php?secao=livro_gente_vida

²⁵ <http://wp.kzuka.com.br/diariodavida/>

- e) Vida Urgente In Concert – CD que reúne obras de 17 bandas. A renda das vendas é revertida para o programa Vida Urgente.
- f) Expo Vida Urgente – Exposição itinerante que percorre shoppings, escolas, universidades, feiras e eventos.
- g) Escola Urgente – Ação realizada simultaneamente em diversas cidades, desenvolvida em avenidas movimentadas, próximas às escolas, onde voluntários, com o apoio de agentes de trânsito, conversam com os motoristas e alunos.
- h) Vida Urgente no Palco – Projeto teatral construído com objetivos pedagógicos. Os espetáculos são apresentados em escolas, universidades, empresas e eventos.
- i) Contadores de Histórias: Direcionado a crianças em idade pré-escolar. As apresentações acontecem no espaço “Contadores de Histórias”, na sede da Fundação.
- j) Jogo da Vida: Espetáculo teatral direcionado aos alunos de 1º a 5º séries do Ensino Fundamental. As apresentações ocorrem de forma itinerante, nas escolas.
- k) Últimos dias de Super-Herói: Projeto multimídia, direcionado aos estudantes de Ensino Fundamental. As apresentações acontecem no Espaço Vida Urgente Educação, na sede da Fundação.
- l) Exército dos Sonhos: O espetáculo é itinerante e já percorreu diversas cidades e estados brasileiros.
- m) Vida Urgente na Estrada – Projeto direcionado aos caminhoneiros e carreteiros, com ações em postos de combustível, praças de pedágio, aduanas, fronteiras e estradas. Tem como principal objetivo humanizar as relações entre os condutores de veículos de carga e de passeio.
- n) Transportadora²⁶ da Vida – Programa desenvolvido em parceria com o SETCERGS (Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas e Logística no Estado do RGS), buscando estimular e incentivar ações educativas e sociais para a promoção da

²⁶ http://www.vidaurgente.org.br/site/int_comunicacao_noticias-int.php?secao=noticias&codigo=2508

educação e segurança no trânsito, certificando empresas do setor de transporte de cargas. Atualmente 30 transportadoras participam do programa.

- o) Capacitação de Voluntários – Workshops, cursos e oficinas de capacitação de equipes.
- p) Grupo de Apoio Voluntário – Espaço onde familiares de vítimas do trânsito realizam terapia de grupo. As reuniões são semanais, abertas e gratuitas.
- q) Coral Vida Urgente – formado por pais que participam dos Grupos de Apoio.
- r) Espaços *Facebook* - O Vida Urgente ocupa oito ambientes no *Facebook*, mas apenas um tem a configuração de ambiente completamente público, que é a sua página oficial. Os outros ambientes representam grupos ou perfis.

VIDA URGENTE NO *FACEBOOK*

ESPAÇOS FACEBOOK	MEMBROS	DATA DE INÍCIO	OBSERVAÇÕES
Perfil Vida Urgente	99 amigos	2011	Aparentemente abandonado
Grupo Voluntários Vida Urgente	364 membros	Primeiro post do grupo datado de 21 de fevereiro de 2012	Grupo aberto - Intensa atividade
Grupo Voluntários Vida Urgente Grande Porto Alegre	187 membros	Primeiro post datado de 7 de março de 2012	Grupo fechado - Intensa atividade
Grupo Vida Urgente PUCRS	59 membros	Primeira postagem 4 de março de 2012	Grupo aberto
Grupo Salva Vida Urgente	42 membros	Não se tem acesso à data de criação	Grupo fechado
Perfil Vida Urgente Passo Fundo	235 amigos	Primeira postagem em 30 de março de 2011	Aberto Intensa atividade
Perfil Vida Urgente Tapejara	1966 amigos	Primeira postagem datada em 20 de setembro de 2011	Aberto Intensa atividade
Página Vida Urgente Porto Alegre Brasil Causa	5.773 seguidores	Entrou no Facebook em 7 de março de 2012	Pública Intensa atividade

Tabela 1

- s) Espaços *Orkut* - existem 54 comunidades identificadas com o nome do programa, mas apenas as mais relevantes são apresentadas na tabela abaixo. O grau de relevância se dá a partir do número de integrantes que cada uma apresenta. As outras comunidades apresentam números sensivelmente baixos, sua importância está em demonstrar que várias localidades possuem comunidades Vida Urgente, configurando o alcance do programa. As cidades identificadas são: Veranópolis, Palmares do Sul, Bento Gonçalves, Carazinho, Uruguaiana, Erechim, Vale do

Taquari, Balneário Pinhal, Barros Cassal, Passo Fundo, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Bagé, Chapecó, Lageado, Caxias do Sul, Linhares, São Gabriel, Santa Catarina e Mato Grosso.

VIDA URGENTE NO ORKUT

COMUNIDADES ORKUT	MEMBROS	PERFIL DO ESPAÇO	DATA DE INÍCIO	PROPRIETÁRIOS	MODERADORES
Vida Urgente	16.649	Particular - visível apenas para membros	04 de maio de 2004	Vida Urgente 1	Vida Urgente 2
Sou Voluntário do Vida urgente	1220	Espaço apenas para voluntários	16 de fevereiro de 2005	Vida Urgente 1	não identificado
Vida Urgente Espírito Santo	888	Pública, porém moderada	20 de novembro de 2007	Vida Urgente ES	Bricio ES, Jota Jr.
Vida Urgente Baixada Santista	541	Pública, porém moderada	26 de julho de 2006	Hugo Trimmel	não identificado
Vida urgente Rio Grande	443	Pública, porém moderada	30 de julho de 2005	Rodrigo Machado	não identificado
Vida Urgente PUCRS	245	Pública, porém moderada	18 de junho de 2007	Vida Urgente PUCRS	Vida Urgente 1
Salva Vida Urgente	212	Pública	17 de março de 2005	Jorge Curtis 3	sem moderação

Tabela 2

t) Espaços *Twitter*

O perfil pessoal oficial da fundadora do programa - Diza Gonzaga – aparece nesta tabela devido à sua representatividade, enquanto imagem identificadora da Fundação. Seu perfil apresenta um posicionamento de discurso institucional - o discurso da Fundação.

VIDA URGENTE NO TWITTER

PERFIL	SEGUIDORES	OBSERVAÇÕES
@vidaurgente	5.807	Identificado como perfil oficial núcleo Vida Urgente Porto Alegre
@vidaurgentees	1.801	Perfil oficial núcleo Vida Urgente Espírito Santo
@VidaUrgente_T	46	Perfil oficial núcleo Vida Urgente Tapejara
@dizagonzaga	2.797	Perfil pessoal oficial - Fundadora e imagem identificadora do grupo

Tabela 3

5. ENTENDENDO O CONTEXTO

A análise aqui apresentada trata de apreciar os dados coletados configurando a atuação deste grupo na sua página oficial, os conteúdos disseminados, a circulação de seus conteúdos e a forma de relacionamento comunicacional estabelecido entre a ONG e seus públicos. Porém, antes desta análise será apresentada uma breve contextualização do momento social em que estas ações comunicacionais se desenvolvem.

Segundo dados divulgados pelo DETRAN RS²⁷ (Departamento de Trânsito do Rio Grande do Sul), relativos ao período compreendido entre os anos de 2007 e 2011, faleceram em média 4.090 pessoas/ano no município de Porto Alegre e 9.708 pessoas/ano no estado do Rio Grande do Sul, vitimados em acidentes de trânsito. Deste universo de 4.090 vítimas fatais 820 são do sexo feminino e 3.266 do sexo masculino, representando uma proporção de 20% de mulheres para 80% de homens.

As idades que registram os maiores índices estão compreendidas entre 15 e 49 anos, ainda segundo em dados fornecidos pelo DETRAN, e os maiores picos de acidentes com vítimas fatais ocorrem entre sexta feira e domingo, nos turnos da tarde e da noite.

Segundo a tabela 4 os índices mais expressivos envolvem motociclistas de 18 a 29 anos (681 óbitos) e pedestres com mais de 65 anos (401 óbitos). Ainda segundo esta tabela percebe-se que os maiores índices de vítimas do sexo feminino colocam-nas na posição de passageiras (163), caronas em motos (114) e pedestres (434), refletindo uma condução mais defensiva ao volante por parte das mulheres, deixando para os homens o comportamento mais ofensivo. Este comportamento foi apontado em pesquisas realizadas pelo DETRAN como o grande produtor de acidentes no trânsito, levando à criação da Portaria 168 de 14/12/2004, que entrou em vigor em Junho de 2006, exigindo que todo condutor faça o curso de “Direção Defensiva” como condição de obtenção ou renovação da Carteira de Habilitação.

²⁷ Todas as estatísticas apresentadas aqui registraram apenas os óbitos ocorridos no local; pessoas que faleceram no hospital durante atendimento ou mesmo algum tempo depois, por consequências de lesões provocadas pelos acidentes não estão incluídas nestes dados.

PERFIL DE VÍTIMAS FATAIS NO RS POR PARTICIPAÇÃO

Faixa etária	Condutor	Passageiro	Motociclista	Carona moto	Pedestre	Ciclista	Carroceiro	Não Inf.
0-10	0	17	0	6	89	13	0	3
11 a 14	1	14	5	6	24	23	0	1
15 a 17	6	29	53	34	25	16	0	2
18 a 20	45	51	197	32	32	14	0	5
21 a 24	71	47	272	35	28	14	0	7
25 a 29	54	39	232	33	41	21	1	11
30 a 34	49	19	143	12	37	20	0	6
35 a 39	39	17	112	6	52	20	0	4
40 a 44	39	22	104	13	74	33	0	3
45 a 49	52	23	78	9	89	44	1	4
50 a 54	44	18	53	3	104	39	0	4
55 a 59	36	15	25	4	98	48	3	3
60 a 64	24	12	14	1	89	29	1	4
65 a 74	48	25	12	2	195	27	2	6
75 +	23	23	0	1	210	20	1	6
Não inf.	2	10	3	0	24	4	0	2
	533	381	1303	197	1211	385	9	71

Tabela 4

De posse destes dados a FTMG percebe que seu público principal são pessoas entre 15 e 35 anos e os motociclistas profissionais, porque são os perfis que estão mais expostos a situações de risco, tendo em vista que estão em idade produtiva e consequentemente circulam mais pelas vias das cidades. Apesar de não ser permitido, sabe-se que jovens entre 15 e 17 anos dirigem, muitas vezes com o consentimento dos pais, e por isto eles estão incluídos entre o público principal.

Como são os homens os agentes com maiores índices de agressividade ao volante, associa-se este comportamento à cultura machista, uma doutrina que começa ainda na infância, e que ensina aos meninos que eles devem ser fortes, valentes, destemidos e vigorosos. Muitas campanhas vem sendo desenvolvidas para conseguir reeducar estes motoristas e mostrar que dirigir em alta velocidade não é sinônimo de virilidade, em contrapartida estão as empresas de automóveis perpetuando a cultura da velocidade e da virilidade em campanhas publicitárias, mostrando aos homens que aqueles que têm os carros mais potentes e são mais destemidos ao volante conquistam as mulheres mais interessantes.

Mudar o comportamento dos motociclistas profissionais é um outro desafio para os órgãos e entidades que estão buscando esta transformação cultural, visto que não depende apenas de educar os motoqueiros para o trânsito, faz-se necessária a construção de uma ação coordenada entre clientes, empresas de entregas e motoboys. Quando o cliente pressiona a empresa para ter uma entrega rápida, a empresa se vê impelida a pressionar o motoboy e este por sua vez, precisa manter seu emprego, que depende diretamente da sua produtividade. Para não ser demitido o motoboy corre, ultrapassa e costura no trânsito, colecionando ao longo de sua curta vida vários pinos de platina e ossos quebrados. Assim como esta cadeia comportamental, condicionada pelo sistema mercadológico que envolve as empresas de tele entrega, está a cadeia comportamental determinada pelo sistema de mercado que gerou sérios problemas para os caminhoneiros e as empresas de transportes.

Desde os anos 1990, com a aplicação do neo liberalismo no Brasil proliferaram as indústrias no país e conseqüentemente o comércio interestadual e internacional expandiram-se. O problema é que a demanda de mercadorias cresceu antes do desenvolvimento da frota de caminhões disponíveis no país. Como solução para este impasse, os proprietários e gerentes de transportadoras obrigaram os caminhoneiros a realizarem jornadas desumanas de trabalho, dormindo em média 3 a 4 horas por dia.

Para manter seus empregos estes caminhoneiros passaram então a usar os chamados “rebites”, comprimidos antidepressivos que apresentam como efeito a excitabilidade do organismo, que os mantinham acordados por muitas horas e possibilitava o cumprimento dos prazos de entrega. Mas a consequência desta fase enfrentada pelos caminhoneiros brasileiros é que hoje cerca de 80% deles está viciada em algum medicamento ou algum tipo de droga excitativa, como cocaína, ou mesmo anfetamina.

As empresas que hoje detectam presença de drogas ilegais ou de álcool excessivo no sangue de caminhoneiros os demite, quando deveria tratá-los, já que possui parte da responsabilidade pelo desenvolvimento destas doenças. Ao perceber esta realidade, a Fundação desenvolveu programas de parceria e educação junto às empresas de transportes e aos motoboys, mas reconhece que poucas são as empresas de transporte que se propõe a arcar com as despesas de tratamento de um funcionário que precisa ficar afastado do trabalho por motivos de dependência química. Mais um problema ocasionado e agravado por questões culturais; valores que colocam os

dependentes químicos na posição de vagabundos ou pessoas sem caráter e muitas vezes determinam a exclusão definitiva deste sujeito do mercado de trabalho.

Novamente olhando para a tabela 4 nota-se um índice extremamente elevado de óbitos de pedestres com idade superior a 65 anos (1.211 vítimas) e 385 ciclistas (somando-se todas as faixas etárias), refletindo a ausência de educação social para o trânsito. A partir destes dados a FTMG, o DETRAN, o DENATRAN e a Polícia Rodoviária Federal percebem que o bom funcionamento do trânsito depende de uma reeducação que alcance toda a população, tendo em vista que as vias são espaços públicos de relacionamentos e que em um espaço tão heterogêneo assim, o comportamento de cada participante interfere no resultado final. Percebendo que as crianças, ao tornarem-se conscientes do comportamento esperado pelos órgãos de fiscalização e educação para o trânsito seguro cobram de seus familiares a conduta adequada, intensificou-se as ações educativas dirigidas à pré escola e ao ensino fundamental.

Além de todas estas questões levantadas ainda existe um problema mais sério e mais difícil de resolver que é a ingestão de álcool conciliada ao ato de dirigir; considerado por todos os órgãos do mundo o maior causador de óbitos no trânsito. Por ser uma droga lícita e social, o seu consumo não apenas é facilitado como também é estimulado em ocasiões festivas e confraternizações sociais.

As análises também mostram que a maioria das vítimas fatais do trânsito no Brasil continua sendo homens jovens de cidades de pequeno e médio porte. Em todos os anos analisados, por volta de 80% das mortes são de pessoas do sexo masculino, em sua maioria na faixa etária de 20 a 39 anos. Ainda é muito forte no Brasil uma cultura entre os homens jovens de conduzirem veículos sob o efeito de álcool e drogas, e sob alta velocidade. Isso indica claramente a urgente necessidade de criação de políticas e campanhas locais de segurança no trânsito voltadas de forma incisiva para esse grupo social em especial. (DETRANRS, 2012)²⁸

Em 19 de junho de 2008, a lei federal n.º 11.705/08 alterou o Código de Trânsito Brasileiro e determinou que o índice de alcoolemia para condutores de veículos automotores deveria ser zero, mas até hoje são poucos os registros efetivos que se tem do consumo de álcool pelos motoristas uma vez que é aceito por lei a situação onde o motorista nega-se a realizar o teste de bafômetro. Após muita luta jurídica, projetos de

²⁸ <http://www.detrans.rs.gov.br/>

lei que previam a proibição da venda de bebidas alcoólicas dentro dos estádios de futebol e em estabelecimentos até 500 metros do mesmo são revogadas pela presidente Dilma em nome de um acordo firmado com a FIFA para a copa de 2014; mesmo sabendo-se que o consumo de bebidas alcoólicas aumenta a agressividade das torcidas e o índice de acidentes graves no trânsito.

A FIFA, as empresas de automóveis que desenvolvem campanhas machistas estimulando o comportamento agressivo ao volante, os proprietários de estabelecimentos que vendem bebidas a menores, a indústria da bebida e o próprio sistema político brasileiro que gera uma situação de extrema flexibilização das leis a ponto de se tornar permissiva, são encarados como ameaças pelos movimentos que tentam combater a irresponsabilidade ao volante e a violência no trânsito.

Associados a estes fatores ainda existem no Orkut comunidades que incentivam o consumo exagerado de bebidas e perfis como a comunidade chamada “Eu já dirigi bêbado”, que ironiza abertamente a campanha “se beber não dirija”; ou ainda o @Radarblitzpoa - perfil do twitter que informa a todos os seus seguidores onde as blitz estão para que, aqueles que beberam possam evitá-las. Esta cultura de driblar a lei é tão natural no Brasil que pais ficam em casa ligando para os filhos e mandando mensagens de SMS para avisá-los da localização das blitz, sem perceber que estão incentivando nos filhos um comportamento que poderá levá-los à morte prematura.

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A exploração documental no espaço *Facebook* foi realizada com o intuito de detectar quais, entre os ambientes utilizados pelo Vida Urgente, eram aqueles em que a atuação deste grupo apresentava maior relevância, partindo da verificação de frequências das publicações e suas datas de postagem. Também foram levados em consideração o número de membros ou a quantidade de “seguidores”. Foi selecionada para este estudo a página do Vida Urgente no *Facebook* devido ao fato de ser pública e desta forma atingir um maior número de pessoas.

A análise sobre os compartilhamentos abrangeu tanto os formatos como os conteúdos. Com relação aos formatos foram construídos registros sobre as ocorrências de publicações observadas neste espaço. Os formatos encontrados foram: vídeos, textos, uma apresentação em *power point* e fotos. Também foram observadas as origens do material compartilhado, a fim de perceber se foram produzidos pelo grupo ou se eram materiais de terceiros reindexados pelo grupo no espaço de relacionamento observado.

Com relação aos conteúdos foram analisadas as suas características: opinativo, factual, documental ou propagandístico. Sendo assim, a análise possui uma parte quantitativa, que se refere a contagem de imagens, vídeos, “curtir”, comentários, compartilhamentos e comentários nos compartilhamentos e uma parte qualitativa que analisa os temas apresentados, os conteúdos dos materiais compartilhados e os conteúdos dos comentários.

6.1 PROTOCOLO DE COLETA

O procedimento de coleta, assim como a página de clipping, seguem as determinações do protocolo desenvolvido pelo grupo Obitel (2012/1), como já foi explicado anteriormente, criado para exploração das páginas dentro do ambiente *Facebook*. A apresentação do cabeçalho da página de *clipping* pode ser verificada na figura 7 a seguir.

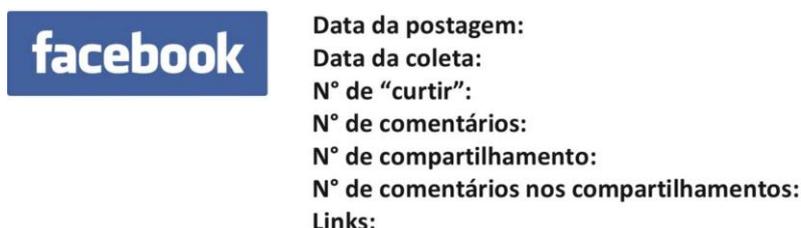


Figura 7

Foram coletados todos os posts da página oficial do programa Vida Urgente, publicados entre os dias 01.05 e 24.05. Para a composição do corpus foi selecionada uma semana composta, excetuando-se o domingo, tendo em vista que não existem publicações realizadas neste dia da semana. A coleta dos materiais foram realizadas em dois dias - 22.05 e 27.05 - já que o *Facebook* possui arquivamento de posts e permite a coleta retroativa, que proporciona a possibilidade de aguardar algum tempo após as publicações no interesse de proporcionar maior prazo para o retorno dos seguidores da página, sobre o conteúdo publicado.

Como a frequência de publicações neste espaço não é diária foram escolhidos os posts que apresentavam maior repercussão ou relevância, considerando o período estabelecido para a observação, possibilitando uma amostra um pouco mais ampla, na intenção de acumular subsídios para a verificação das formas de comunicação que se desenvolvem neste espaço.

Devido ao fato do espaço não apresentar cotidianidade em suas publicações a escolha dos elementos que comporiam o corpus deste estudo não foi aleatória. Foram selecionados aqueles dias que pareciam ter alcançado maior relevância dentro do período como o dia das mães ou ainda relacionados à alguma data importante para a FTMG, tendo em vista que maio é um mês especial para a Fundação.

Definiu-se então os elementos do corpus como sendo a coleta de todos os posts publicados nos dias 14.05 (segunda), 08.05 (terça), 16.05 (quarta), 24.05 (quinta), 11.05 (sexta) e 19.05 (sábado). O corpus compreendeu um total de 17 documentos - salvos em word para melhor exploração dos dados pelo *software* Nvivo 9 - 2 vídeos, 42 imagens e uma apresentação em *power point*.

A codificação dos materiais ficou estabelecida como sendo a data de publicação do post coletado, na página do *Facebook*. Por exemplo, no dia 08 de maio foram publicados dois posts que ao serem coletados receberam a seguinte codificação - 08.05a e 08.05b – embora o uso de letras possa sugerir alguma hierarquia sobre os posts, isto não ocorreu. A identificação por letras foi apenas um recurso para determinar a diferença entre dois posts que houvessem sido coletados no mesmo dia.

As interações entre os frequentadores deste espaço foram observadas, segundo a conceituação apresentada por Primo (2007) - mútuas ou reativas. Os conceitos de cooperativismo e conflito foram retirados da análise quando se percebeu que no espaço observado só existiam comunicações com o viés cooperativo, tornando desnecessária a identificação de cada caso por se tratar de um resultado absoluto, sem exceções.

Inicialmente estes conceitos foram cogitados por saber-se que na rede existem outros espaços que demonstram uma reação adversa a este movimento social, mas como estes espaços não fazem parte do universo analisado, não cabe aqui este conceito.

6.2 PROTOCOLO DE ANÁLISE

Na primeira etapa do protocolo de análise foram identificadas e registradas as formas de comunicação e os tipos de materiais compartilhados no espaço de conversação selecionado para a investigação, representando a parte da análise que trata da quantificação de ocorrências. A análise sobre as formas discursivas (emissiva, dialógica ou grupal) permite que se verifique quais são os tipos de conversação praticadas entre os falantes deste espaço relacional. A análise das formas de interação permite que se observe como se desenvolve este fluxo conversacional.

O gesto de *curtir* será classificado como uma interação reativa, embora ele traga consigo o valor de uma aprovação, de uma mensagem de valor positivo. Este posicionamento corrobora com a fundamentação que foi consultada para a construção destes elementos da análise, tendo em vista que Primo (2007) afirma que respostas pré formatadas (texto padrão) fornecidas automaticamente não correspondem ao caráter da interação mútua, porque não há nesta interação uma negociação de valores, uma troca real. Digo, se uma pessoa abre sua página de *Facebook* e, ao conferir suas atualizações sai marcando *curtir* em várias destas publicações, independente da mensagem, ou mesmo do emissor da mensagem, esta ação assume um caráter maquínico, por isto a opção foi de classificar o ato de *curtir* como uma interação reativa.

Na tabela usada para registrar estas observações incluem-se então todos os interagentes encontrados nos documentos do corpus, os tipos de interagentes - se são internos ou externos à organização - a(s) forma(s) de interação (ou interações) que ele (o interagente) pratica neste espaço de conversação - mútua, reativa, ou ainda de forma mista (às vezes mútua, às vezes reativa), qual a frequência total de interações de cada falante e o(s) modelo(s) discursivo(s) praticado por ele (interagente) durante sua fala - por modelos discursivos tomamos os conceitos de Primo (2007) quanto às formas de discurso (emissivo, dialógico ou grupal).

Foram analisados os conteúdos preponderantes por dia e por post, a fim de verificar se existe uma relação direta entre conteúdos publicados no mesmo dia e se existe uma participação pontual ou diversificada, por parte dos interagentes, com relação aos conteúdos publicados.

7. OBSERVANDO A REDE SOCIAL VIDA URGENTE NO *FACEBOOK*

A análise deste estudo envolveu a combinação de resultados qualitativos, com os dados e índices quantitativos e com a pesquisa documental realizada junto aos órgãos responsáveis pelas medições de ocorrências de trânsito, para melhor compreender o contexto onde este grupo centraliza sua atuação diária. Para a verificação de contexto urbano utilizou-se os dados secundários disponibilizados pelo DETRANRS (Departamento de Trânsito do Rio Grande do Sul) sobre os acidentes ocorridos entre os anos de 2007 a 2011 que tivessem produzido vítimas fatais. o DETRANRS explica na apresentação de sua metodologia de análise que estes dados referem-se apenas àquelas vítimas cujo óbito ocorreu no local do acidente; as mortes ocorridas durante atendimentos hospitalares ou algum tempo depois, mesmo que tenham se dado por consequência do acidente, não estão registradas na pesquisa disponibilizada pelo departamento de trânsito, porque eles não possuem ainda um sistema eficiente para fazer esta medição, segundo informado em documentação anexada aos resultados de pesquisa disponibilizados em seu site institucional²⁹.

Uma vez estabelecido o tripé de estruturação de dados com o contexto comunicacional que foi observado, cria-se a condição para então, a partir do cruzamento destes dados, e das impressões obtidas através da observação participante da autora desta pesquisa como integrante do grupo Vida Urgente na condição de voluntária e interagente e membro do ambiente relacional do espaço *Facebook* que foi selecionado para o corpus desta investigação, desenvolver uma análise mais aprofundada sobre as interações relacionais verificadas no espaço virtual sobre a circulação de conteúdos e a partir daí perceber as tendências e propostas culturais que emergem daquele núcleo social investigado; seguindo a convicção de que existe uma relação estratégica entre conteúdos produzidos e sua utilidade social tanto para a construção de diferentes políticas, como para a circulação de informações.

Feito isto passa-se então para a produção de gráficos e tabelas que juntamente com a máxima explicitação possível dos protocolos da pesquisa, dos processos de documentação e de análise da mesma, somados à disponibilização de todos os documentos do corpus para melhor entendimento do leitor sobre os resultados de observação obtidos a partir da análise de todos os elementos, acredita-se produzir um material que possa servir de consulta e apoio no desenvolvimento de pesquisas

²⁹ <http://www.detrans.rs.gov.br/>

relacionadas ao tema, que é a observação da comunicação de uma organização de terceiro setor nas redes sociais, sendo que, neste caso específico, a comunicação observada é realizada entre o grupo de mobilização Vida Urgente e seus públicos e ocorre em sua página oficial do espaço de compartilhamento de informações *Facebook*.

7.1 O ANFITRIÃO SE APRESENTA

Tendo esclarecido isto, parte-se então para a análise da página oficial do *Facebook* chamada *VIDA URGENTE* - 5.778 seguidores (em 29/06/2012). Esta página representa o recorte empírico deste estudo. Nela foram coletados os posts do mês de maio – 01.05 a 24.05. Após a coleta ter sido completada, os posts foram registrados segundo o protocolo de coleta (JACKS, 2012/1). Os dados foram: data da postagem, data da coleta, n° de *curtir*, n° de comentários, n° de compartilhamentos, n° de comentários nos compartilhamentos (não *por* compartilhamento, mas *nos*³⁰ compartilhamentos), links, endereçamento dos links encontrados e o registro sobre a presença ou não de imagens e vídeos, nos posts selecionados para o corpus. Cada documento em word corresponde a um post coletado.

A página de perfil do grupo apresentada na figura 8 (abaixo) foi analisada em separado devido às suas características específicas. Neste espaço único não há qualquer tipo de conversação, servindo apenas como uma “porta de entrada” da página oficial - onde o grupo se autodefine e se posiciona, postando informações que julga serem pertinentes ou relevantes para que os visitantes possam conhecê-lo melhor. Foi realizada uma análise textual sobre este ambiente específico, e suas seções.

Na seção denominada “Sobre” o grupo descreve-se: *Vida Urgente é um programa de preservação e valorização da vida que busca, através de ações educativas, mobilizar a sociedade para uma mudança de comportamento que resulte em um trânsito mais humano e seguro. Saiba + emwww.vidaurgente.org.br*

Quanto à sua apresentação na seção “Sobre” o grupo ao se autodescrever usa apenas colocações propositivas. Em momento algum há qualquer palavra que indique negação, enfrentamento ou conflito. Utiliza representações universais para descrever as suas pautas – *valorização da vida, trânsito humano e seguro*, demonstrando ser sua causa uma causa de todos, uma vez que a violência no trânsito atinge a todos.

³⁰ Foram registrados *apenas* os comentários de quem realizou o compartilhamento, quando da sua ocorrência. Comentários de quarto nível de conversação, ou seja, comentários dos relacionamentos do *compartilhador* não foram considerados para o estudo.

Sobre

Vida Urgente é um programa de preservação e valorização da vida que busca, através de ações educativas, mobilizar a sociedade para uma mudança de comportamento que resulte em um trânsito mais humano e seguro. Saiba + em www.vidaurgente.org.br

Missão

Promover a valorização e a preservação da vida, mobilizando a sociedade através de ações educativas e culturais.

Descrição

A Fundação Thiago de Moraes Gonzaga foi criada em 13 de maio de 1996 pelo casal Régis e Diza Gonzaga, pais de Thiago. A data foi escolhida por ser o dia de seu aniversário.

Thiago nasceu em um domingo, Dia das Mães. Ele havia completado 18 anos uma semana antes da madrugada fria de 20 de maio de 1995, quando o carro em que estava de carona chocou-se contra um contêiner colocado irregularmente... [Ver mais](#)

Informação Geral

Twitter - @vidaurgente
 Blog "Diário da Vida" - <http://wp.kzuka.com.br/diariodavida/>

Informações básicas

Entrou no Facebook 2013

Localização Rua Botafogo, 918, 90150-052 Porto Alegre, Brazil

Prêmios

2011
 Medalha do Mérito Farroupilha - Distinção máxima da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul foi concedida à presidente da Fundação Thiago Gonzaga em reconhecimento ao trabalho em defesa da vida

2010
 XVIII Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito - Categoria Geral Nacional, com o Programa Vida Urgente Espírito Santo, desenvolvido em parceria com o Governo do Estado, através do DETRAN-ES

XV Prêmio Cláudia - Categoria Trabalho Social - Concedido pela Revista Cláudia / Editora Abril

Comenda de Ordem do Mérito Motociclístico - Concedida pela Associação dos Motociclistas do RS

2009
 Mulheres que Fazem a Diferença - Concedido pela Secretaria de Direitos Humanos e Segurança Urbana da Prefeitura Municipal de Porto Alegre

12ª Troféu Guri - Concedido pela Rádio Gaúcha (Grupo RBS)

Prince Michael Road Safety Awards - Concedido pela Road Safety - Londres/Inglaterra

2008
 XVII Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito - Região Sul, através da parceria com Sindicato das Empresas de Transporte e Logística do RS (SETCERGS) - Concedido pelo Grupo Volvo

Troféu Destaque Momento Especial - Destaque Promoção da Vida - Concedido pelo jornal Momento Regional

Figura 8

Página de Apresentação do grupo Vida Urgente

Quando usa as expressões *através de ações educativas e para uma mudança de comportamento*, demonstra que não está de passagem, que possui uma proposta de mobilização permanente, conforme Toro e Werneck (1995) afirmam que deva ser a forma de ação de um grupo de mobilização; apresentando a construção de um planejamento social de longo prazo.

A seguir, o grupo lista todos os prêmios que recebeu até o presente momento, junto com o endereço físico da instituição. Para esta investigação as premiações em si não possuem qualquer relevância, e por isto não serão listadas aqui. Basta saber que a instituição demonstrou ter ciência da representatividade social que estes reconhecimentos públicos acumulados possuem, *registrando a memória do*

*movimento*³¹ e *difundindo informações*³² sobre o movimento, através da publicação de cada uma das premiações em sua página de apresentação. Correspondendo a duas das estratégias de comunicação que Henriques (2004) aponta como sendo fundamentais para a construção da reputação dos movimentos sociais e de sua representatividade junto aos seus stakeholders.

Na seção denominada “Missão” ele publica: *Promover a valorização e a preservação da vida, mobilizando a sociedade através de ações educativas e culturais.* Nesta seção o grupo endossa seus valores, repetindo-os de forma resumida, o que indica que, a sua *missão* enquanto grupo de mobilização é também o seu motivo de origem³³ e os dois representam o seu horizonte ético³⁴.

Na seção denominada “Descrição” ele se identifica: *A Fundação Thiago de Moraes Gonzaga foi criada em 13 de maio de 1996 pelo casal Régis e Diza Gonzaga, pais de Thiago. A data foi escolhida por ser o dia de seu aniversário. Thiago nasceu em um domingo, Dia das Mães. Ele havia completado 18 anos uma semana antes da madrugada fria de 20 de maio de 1995, quando o carro em que estava de carona chocou-se contra um contêiner colocado irregularmente na rua, em Porto Alegre (RS). Junto com a Fundação nasceu o programa Vida Urgente, que tem como missão valorizar e preservar a vida. Para isso, mobiliza a sociedade para uma mudança de comportamento através de ações educativas e culturais. A manifestação de Diza, presidente da Fundação, resume o objetivo da instituição: “O que aconteceu comigo e com o Régis, enquanto pais, não é nenhuma novidade. Isso está acontecendo diariamente, e temos lido e ouvido muitos relatos sobre estas perdas. Mas apesar de sentir que esta dor não diminuirá nunca, e que só vamos aprender a conviver com ela, acho que a morte do meu lindo Thiago não pode ser apenas mais uma. Isso é vaidade? Não sei. O que sei é que preciso fazer algo, deixar algo para que essa perda produza ganhos, pois admitir que apenas acabou, não consigo. O programa Vida Urgente não salvará o mundo, sabemos, mas se apenas um jovem com acesso à campanha deixar de se sentir babaca por agir com bom senso na direção de um carro, ou mudar seu comportamento a partir da reflexão que propomos, já teremos alcançado nosso*

³¹ Conceito definido por Henriques (2004) como uma das 5 ações de comunicação estratégica usadas com a finalidade de *fornecer elementos de identificação com a causa e o projeto*. (p.23)

³² Conceito definido por Henriques (2004) como outra das 5 ações de comunicação estratégica usadas com a finalidade de *fornecer elementos de identificação com a causa e o projeto*. (p.22)

³³ Diza Gonzaga, em uma de suas palestras, afirmou que seu sonho é poder fechar as portas da FTMG. “Pois quando este dia chegar, é porque não será mais necessário lutar por um trânsito mais humano.” (Palestra oferecida aos voluntários da FTMG antes de uma ação de mobilização, 12/05/2012)

³⁴ Conceito apresentado por Toro e Werneck (1995)

objetivo.” Aqui o grupo conta sua história de forma breve e complementa com “a palavra da presidente” da ONG – Diza Gonzaga; publicando uma de suas declarações fornecidas em entrevista concedida à RBS.

Como “Informação Geral” ele disponibiliza o seu perfil no Twitter - @vidaurgente e o Blog "Diário da Vida" - <http://wp.kzuka.com.br/diariodavida/>. A seção de “informações gerais” causou surpresa e estranhamento, ao verificar apenas dois endereços eletrônicos publicados, tendo em vista que o grupo possui pelo menos 20 espaços eletrônicos relevantes - com grande atividade e grande contingente de participantes. É verdade que na seção de “informações de contato” são disponibilizados mais dois endereços do programa, mas mesmo assim, têm-se que a seção de “informação geral” seria o espaço adequado para se postar em lista todos os endereços relevantes do grupo, assim como foi feito com seus prêmios, na seção “prêmios”. Nas “Informações de Contato” o grupo disponibiliza seus principais endereços eletrônicos que são o email de contato com a FTMG e o endereço de seu site institucional.

O grupo deixa o espaço aberto para receber sugestão de edições de conteúdo, o que corresponde a um conceito bastante recente que se propõe a trocar sua auto apresentação por uma apresentação feita por seus seguidores, trazendo nesta ação uma proposta de horizontalidade e acessibilidade.

TABELA GERAL DE REGISTROS - LEGENDAS:

A – POSTS

B – TEMAS

QUANTO AO CONTEÚDO DO TEMA:

C – DE RELACIONAMENTO

D – DOCUMENTAL

E – PROPAGANDÍSTICO (DIVULGATÓRIO)

F - EDUCATIVO

G - COMENTÁRIOS POSITIVOS

H - COMENTÁRIOS INTERROGATIVOS

I - COMENTÁRIOS EXPLICATIVOS

J – ORIGEM DA PUBLICAÇÃO:

1 – AUTORAL

2 - NÃO AUTORAL

K - N° DE COMPARTILHAMENTOS

L - N° DE INTERAÇÕES MÚTUAS DIALÓGICAS

M - N° DE INTERAÇÕES MÚTUAS GRUPAIS

N - N° DE INTERAÇÕES REATIVAS (*CURTIR*)

O - DOCUMENTOS RELACIONADOS:

1 – TEXTO

2 – IMAGEM

3 – VÍDEO

4 - TEXTO E IMAGEM

5 - TEXTO E VÍDEO

P – N° DE IMAGENS POR POST

Q - N° TOTAL DE INTERAÇÕES POR POST

TABELA GERAL DE REGISTROS - n° 5

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
08.05a	AÇÃO DE DIA DAS MÃES – CONVOCAÇÃO			X		2	3	2	1	18	4	1	16	2	1	39
08.05b	EDUCAÇÃO PARA A VIDA NAS ESCOLAS			X		0	0	0	1	3	0	0	12	2	1	15
11.05a	FELICITAÇÃO FUNDAÇÃO - DIA DAS MÃES	X				33	0	0	1	14	0	0	33	2	1	47
11.05b	HOMENAGEM ÀS MÃES DA EQUIPE VIDA URGENTE	X				0	0	0	1	0	0	0	21	2	1	21
11.05c	DÉCADA DE AÇÃO - 1 ANO				X	0	0	0	1	1	0	0	11	3	0	12
11.05d	VÍDEO DE DIA DAS MÃES	X			X	0	0	0	1	1	0	0	16	3	0	17
11.05e	DÉCADA DE AÇÃO - 1 ANO				X	0	0	0	1 e 2	2	0	0	14	1	0	16
11.05f	DÉCADA DE AÇÃO - 1 ANO		X			0	0	0	1	1	0	0	9	1	0	10
11.05g	DÉCADA DE AÇÃO - 1 ANO		X			1	0	0	1	3	0	1	7	4	1	11
14.05a	BLITZ DIA DAS MÃES		X	X		18	0	0	1	3	3	15	55	4	23	94
14.05b	FOTO GRUPO AÇÃO DIA DAS MÃES		X	X		1	0	0	1	2	0	1	14	2	1	17
14.05c	FOTO GRUPO AÇÃO DIA DAS MÃES		X	X		1	0	0	1	2	0	1	14	2	1	17
14.05d	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		2	0	0	1	0	0	2	6	2	1	8
14.05e	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		2	0	0	1	0	0	2	2	2	1	4
14.05f	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		5	0	0	1	0	2	3	10	2	1	15
14.05g	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		2	0	0	1	1	1	1	4	2	1	7
14.05h	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		2	0	0	1	0	1	1	5	2	1	7
14.05i	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		4	0	0	1	0	1	3	6	2	1	10
14.05j	FOTO VOLUNTÁRIO E MÃE		X	X		21	0	0	1	14	6	15	23	2	1	58
16.05a	DIÁRIO DA VIDA – DIVULGAÇÃO			X	X	2	0	0	1	0	2	0	26	1	0	28
16.05b	DIVULGAÇÃO BABY LOOK			X		58	2	1	1	0	3	58	119	4	1	180
19.05a	DIVULGAÇÃO AÇÃO MADRUGADA VIVA		X	X		16	0	0	1	3	1	15	68	4	1	87
19.05b	DIVULGAÇÃO JAQUETAS DA LOJA GANG		X	X		10	0	0	1	4	0	10	42	4	1	56
24.05a	COMUNICAÇÃO DE FALECIMENTO DE UMA VOLUNTÁRIA	X				4	0	0	1	2	0	4	35	4	1	41
24.05b	DIVULGAÇÃO DA PEÇA EXÉRCITO DOS SONHOS			X	X	3	0	0	1	0	0	3	21	4	1	24
						187	5	3		74	24	136	589	63	42	841

7.2 CONHECENDO O AMBIENTE

Antes de iniciar a apresentação da análise propriamente dita é preciso esclarecer alguns detalhes referentes à tabela geral de registros (tabela 5) acima, tendo em vista que esta tabela está incluída na apresentação para melhor compreensão da análise. Os registros foram feitos por postagens a fim de deixar claro as equivalências que eles apresentam entre si, como também as diferenças.

Entre os elementos registrados nesta tabela estão os temas centrais de cada post e os comentários gerados por cada um. Para a classificação quanto ao conteúdo dos comentários foram programadas inicialmente quatro categorias de comentários; os positivos, os negativos, os interrogativos e os explicativos. Não foram encontrados entre os comentários dos posts considerados no corpus deste estudo qualquer comentário que apresentasse o viés negativo, por isto estas duas categorias foram cortadas da análise e não estão representadas na tabela.

Com relação às características dos conteúdos publicados percebe-se que entre 25 posts 16 apresentam conteúdo documental, o que representa 64% de incidências observadas, demonstrando que o grupo sabe que precisa divulgar seus “feitos” para que *aqueles* que passam pela página possam verificar que o grupo de mobilização apresenta ações efetivas e consolidadas; que ele não se atém apenas ao discurso e que não é um grupo virtual. Reafirmando o que foi dito ainda na introdução, que o grupo Vida Urgente usa o espaço virtual apenas como um complemento do off line, uma vez que os espaços virtuais servem bem à divulgação de idéias e materiais e apresentam baixo custo de investimentos. Além do exercício de divulgar suas ações àqueles que ainda não conhecem o grupo, esta atitude de divulgar os registros das ações, sejam eles fotos, artigos, vídeos ou textos, constroem junto à opinião pública uma reputação, conforme determina Henriques (2004) em suas observações sobre a construção da imagem de um grupo de mobilização. A reputação e os registros de seus atos é que vão determinar a *história de vida* deste grupo de mobilização, fator que apresenta um grande peso na determinação do julgamento pela qual o grupo passará indiscutivelmente a partir do momento em que o processo de vinculação dos sujeitos sociais ao movimento se desenvolve. O julgamento representa o terceiro nível de vinculação apresentado por Henriques (2004) na figura 6 (p.38).

Quanto à origem das publicações, o interesse era medir o número de materiais autorais ou não autorais publicados nas postagens do corpus, a fim de verificar qual é a

autonomia de produção de sentidos que o grupo apresenta. De todas as publicações observadas apenas uma traz consigo material não autoral, que é a apresentação em power point de um material educativo produzido pela *RoadSafe*³⁵; neste post ainda é possível encontrar um artigo do Vida Urgente seguindo o link incorporado no post. Este link redireciona para o seu espaço virtual institucional (*site*) e neste artigo constam os registros do grupo sobre a ação coordenada pelo grupo *RoadSafe* e representada, aqui no Brasil pelo grupo Vida Urgente.

O número de compartilhamentos leva em consideração todos os compartilhamentos encontrados em cada post, pertinentes à esfera do espaço de conversação do grupo, isto é, se uma imagem foi compartilhada pelo sujeito A e o sujeito B, ao entrar em contato com este material no espaço conversacional do sujeito A, decide compartilhá-la também, o compartilhamento do sujeito B não constará nos registros desta investigação; uma vez que a ação se deu em outro espaço conversacional que não a página oficial do grupo Vida Urgente, embora sua ação de compartilhar esteja registrada no trabalho e faça parte da investigação, no que diz respeito à avaliar quais os conteúdos postados pelo grupo provocam a reação de compartilhamento nas pessoas que por aquele espaço transitam

O motivo disto é a orientação deste estudo que tem por objetivo observar e registrar *apenas* os processos comunicacionais ocorridos na página oficial do programa, denominada Vida Urgente. As formas de interações conversacionais definidas para observação eram inicialmente três; a conversação emissiva, a conversação dialógica ou pessoal e a conversação grupal, conforme apresenta Primo (2007), em seu livro.

Ocorre que não foram registrados, entre as conversações encontradas nos elementos do corpus, qualquer conversação que pudesse indicar a presença de um caráter emissivo, tendo em vista que o grupo Vida Urgente, ao atuar como interagente, comentando, respondendo, ou apenas conversando com outros interagentes em nenhum momento assume a posição institucional; pratica sua conversação como se fosse um perfil a mais interagindo com os outros frequentadores do espaço.

A emissão ocorre naturalmente quando se publica algo; ao publicar, o sujeito que posta está emitindo uma informação, compartilhando algum conhecimento ou posicionamento sobre algo. Mesmo nestas circunstâncias o caráter emissivo de conversação definido por Primo (2007) como *aquele que fala sem esperar*

³⁵ *RoadSafe* é a organização internacional que trabalha pela educação no trânsito; a mesma que organizou a campanha Década de ações por um trânsito seguro, mobilização esta da qual o grupo Vida Urgente participa.

verdadeiramente uma resposta não se configura nestes materiais observados; mesmo quando o grupo afirma algo em uma postagem, ou quando o grupo coloca a sua fala na *voz da instituição* é perceptível o desejo de resposta, algumas vezes até o próprio texto estimula reações ou retornos do público para o qual os conteúdos estão sendo oferecidos. Um exemplo disto é o post 11.05a, representado pela figura 9 (abaixo).

Um Dias da Mães repleto de Vida para todos. É o que deseja a Fundação Thiago de Moraes Gonzaga.

"No mistério do Sem-Fim,
equilibra-se um planeta.
E, no planeta, um jardim,
e, no jardim, um canteiro:
no canteiro, uma violeta,
e, sobre ela, o dia inteiro,
entre o planeta e o Sem-Fim,
a asa de uma borboleta."
Cecília Meireles

Quem cuida da vida, curte e compartilha!!



Figura 9

Percebe-se claramente neste post o discurso da Fundação, porque ela deixa isto explícito na segunda frase da postagem. Mesmo assim, ela não chega a dizer para todos vocês, nem tampouco para todos nós. Ela mantém seu discurso institucional aqui mas evita o distanciamento, a divisão entre o nós e o vocês. Quando a FTMG omite o pronome pessoal, ela deixa aberta esta questão, para livre interpretação. Já na última frase percebe-se o estímulo para que este cartão seja compartilhado para outros

ambientes do espaço *Facebook* – os ambientes conversacionais pessoais de cada interagente que se depara com esta mensagem.

Uma vez que fica clara a proposição de retorno para a mensagem ela não poderá ser codificada como emissiva, devido ao fato desta codificação aqui estar vinculada às definições estabelecidas por Primo (2007), conforme explicado anteriormente. Considera-se aqui portanto apenas as interações mútuas nas formas dialógicas e grupais; também são registradas as interações reativas – que aqui significa o mesmo que *curtir*, uma vez que esta é a única resposta pré programada encontrada neste espaço.

O corpus aqui analisado compreende portanto, 25 posts, 42 imagens, 2 vídeos e 1 apresentação em *power point*. Este é o nosso universo amostral.

7.3 CORPUS, CONTEÚDOS E INTERAÇÕES RELACIONAIS

Em um universo de 25 posts, 12 apresentam publicações de imagens, o que representa 50% de incidência em relação à quantidade de posts publicados; embora não represente que em cada 2 posts exista uma imagem publicada. Mesmo assim percebe-se, neste pequeno universo analisado pela investigação realizada neste estudo, a relevância que o uso das imagens parece ter na composição dos posts publicados pelo grupo, uma vez que a maior parte dos posts apresentam textos breves, com linguagem coloquial e imagens relacionadas ao tema específico de cada post para auxiliar na composição da mensagem.

Entre as imagens encontradas no corpus desta investigação, constatou-se que a maior parte destas imagens referem-se aos conteúdos sobre o dia das mães, sendo que, destas 35 imagens apenas 2 não se referem à ação executada no dia 12/05, no parque Farroupilha (também conhecido pelos porto alegrenses como parque da Redenção). São 33 imagens em um universo amostral de 42 imagens, demonstrando uma incidência de 78%, reafirmando o caráter documental predominante nas publicações observadas e gerando um elevado índice de disseminação de conteúdos, uma vez que o dia das mães é uma data amplamente comemorada e reconhecida pela população e ainda, tendo como imagens predominantes os voluntários acompanhados de suas mães, incentiva-os a compartilharem estas imagens em seus próprios perfis, dentro do *Facebook*, ampliando ainda mais a disseminação deste conteúdo e consigo a disseminação do evento que foi planejado pelo grupo Vida Urgente e executado pelos voluntários deste grupo, acompanhados de suas mães.

Apenas dois vídeos foram encontrados, ambos produzidos pela equipe do Vida Urgente, representando 8% de incidência. Foi registrado também o compartilhamento de uma apresentação em *power point*, produzida pelo grupo *RoadSafe (caminho seguro)* – organização internacional de mobilização por um trânsito mais seguro – e compartilhada para *download* através do link de armazenamento original, isto é, o endereço disponibilizado pelo grupo *RoadSafe*; configurando uma parceria de ações entre ONGs.

Vida Urgente Blitz Dia das Mães

14 de Maio (23 fotos)



Figura 10

Post 14.05a – conforme é apresentado no *Facebook*³⁶

Foram encontradas 23 imagens associadas a um único post (14.05a) representado pela figura 10. À primeira vista apenas 4 fotografias são percebidas, mas ao clicar com o *mouse* sobre qualquer uma destas fotos, ela assume a dimensão da página do *Facebook* e se a fotografia fizer parte de um álbum, como neste caso apresentado, aparece uma seta lateral, indicando que existem mais imagens postadas ali, junto com as que ficam visíveis no post.

Estas imagens representam o registro documental da ação, construído pela equipe de comunicação do grupo Vida Urgente - realizada por ocasião do dia das mães, executada no parque Farroupilha (12.05.2012) pela Fundação Thiago de Moraes Gonzaga, juntamente com seus voluntários e as mães destes voluntários.

O mês de maio possui um significado muito especial para este grupo de mobilização, tendo em vista que foi no mês de maio que o Thiago nasceu (13.05.1977) e que ele faleceu (20.05.1995), também foi no mês de maio que a ONG foi fundada (13.05.1996) e o programa Vida Urgente foi lançado (20.05.1996). Ainda contribui para este conjunto de representações o fato de maio ser o mês das mães e de esta mobilização

³⁶ <http://www.facebook.com/universovidaurgente>

ser o resultado da luta de uma mãe pela paz no trânsito. Diza Gonzaga até hoje é reconhecida pelo público como “a mãe do Thiago”.

Por todos estes significados é que uma ação com estas características – unindo mães e filhos para lutar por um trânsito seguro – apresenta ampla documentação e intensa divulgação. Estas imagens, produzidas durante a ação, teriam basicamente a função de divulgar o evento e registrar, tanto o desenvolvimento da ação quanto os participantes que integraram esta ação.

Ainda teria a função de documentar a experimentação deste formato de evento proposto, já que se tratava de uma experiência nova – trazer as mães para uma ação do grupo de voluntários e convidá-las a participar ativamente desta ação, isto é, fazer com que as mães acompanhassem seus filhos durante as abordagens.

O pique nique programado para o final da tarde também consistia em uma inovação na forma de realizar uma ação - foi a forma que os coordenadores do grupo encontraram para proporcionar a socialização das mães com todos os presentes, a fim de gerar uma aproximação entre a causa pela qual seus filhos lutam e as famílias destes voluntários. Afirma-se que esta modalidade de evento representa uma inovação pelo fato da autora ser voluntária integrante do grupo e ter conhecimento de que esta foi um ação “teste” para este tipo de evento.

Observando a circulação deste material no programa Nvivo 10 percebe-se que as imagens publicadas nestes posts geraram uma série de interações que vão desde a interação reativa do *curtir*, passando pela interação mútua das conversas grupais e dos compartilhamentos gerados para novos espaços de conversação, atingindo pessoas que nunca navegaram na página do grupo, mas que frequentemente recebem as atualizações de seus amigos que, por sua vez, são frequentadores da página oficial do grupo *Vida Urgente*.

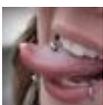
Estes amigos frequentadores da página oficial do grupo, ao interagirem com as fotografias postadas ou com outros conteúdos em formas de texto ou vídeos, *curtindo*, conversando ou compartilhando o material, disseminam para seus próprios perfis pessoais estas ações, e conseqüentemente estas informações; uma vez que todas as ações de comunicação de um perfil fica registrado em sua página.

Para que este mecanismo fique mais claro será apresentado um exemplo: Se o interagente A visitar a página de B e *curtir* uma foto que ele encontre neste ambiente, automaticamente aparecerá uma mensagem dizendo – A *curtiu* isso (embaixo da imagem postada na página de B). Simultaneamente aparecerá na página de A uma

este conteúdo, mas eles irão vê-lo, já em um terceiro nível de comunicação, uma vez que esta visibilização se dá por consequência da primeira interação realizada pelo frequentador da página oficial do grupo.

O que torna importante o esclarecimento de que a análise desenvolvida neste estudo não avançará a outros ambientes do *Facebook* para registrar os níveis comunicacionais que extrapolarem o ambiente da página do grupo Vida Urgente, uma vez que não existe tempo nem estrutura para esta dimensão investigativa; é preciso registrar porém como a circulação dos conteúdos se dá do momento em que ocorre a interação de segundo nível (que surge como resposta ao conteúdo publicado).

Mariana Medeiros comentou a foto de Vida Urgente, com Fred Viana em Parque Farroupilha (Redenção).
[14 de Maio](#)



[Mariana Medeiros](#) *.*

14 de Maio às 16:02

Figura 12

A publicação do conteúdo representaria então o primeiro nível, a proposição do assunto a ser “discutido;” a resposta registrada dos internautas ao conteúdo proposto seria o segundo nível de interação – o nível da resposta – e a partir daí surgiriam os próximos níveis de interação – terceiro, quarto, quinto, etc; em um movimento ascendente de circulação de informações.

A figura 12 traz a imagem de uma das postagens do corpus, que pertencem ao grupo de fotos tiradas pelo Vida Urgente dos Voluntários com suas Mães durante a ação de mobilização do dia das mães. Nesta foto está Fred Viana e sua mãe no parque Farroupilha. Percebe-se neste post a visibilização da imagem do voluntário com sua mãe, a partir do comentário realizado por Mariana Medeiros sobre a fotografia publicada ainda no post registrado como 14.05a. Esta é uma das 23 fotos expostas no álbum publicado naquele post (14.05a), que reaparece aqui, com o destaque de uma postagem individual, em decorrência do comentário postado por Mariana Medeiros.

No momento em que Mariana Medeiros comenta a foto e a “re publica”, agora com destaque individual, a imagem retorna à circulação da página do grupo Vida Urgente, representando a interação de segundo nível, já que o primeiro foi a publicação inicial desta foto no post 14.05a. Fred Viana gostou do post e da foto, decidindo então compartilhá-lo em sua rede de realcionamentos. Como mostra a figura 13.



[Fred Viana](#) compartilhou a [foto de Vida Urgente](#).

Mãe, só isso.

14 de Maio às 13:51

[Rita Maciel](#) e [outras 15 pessoas](#) curtiram isso.



[Ana Maria Dall Agnese](#) ahhhhhhh que fofos esses dois!!!

Figura 13

Quando Fred Viana decidiu compartilhar a imagem encontrada na página oficial do grupo em sua própria página de perfil, conforme demonstra o registro da figura 13, ele trouxe para o seu grupo individual de “amigos” aquele conteúdo. Seus “amigos” demonstram ter percebido a existência deste conteúdo porque responderam à este estímulo comunicacional de duas formas aqui identificadas.

Ana Maria Dall Agnese respondeu ao conteúdo com uma interação mútua, em forma de conversação grupal, uma vez que se dirige *às duas* pessoas que estão representadas na imagem; realizando uma interação de terceiro nível, assim como Rita

Maciel e as outras 15 pessoas que responderam de forma positiva à imagem, embora usando-se de um recurso de resposta pré programada para expressar esta posição, a de *curtir* a imagem - esta interação que também pertence ao terceiro nível comunicacional, foi considerada como reativa.

Estas interações estão posicionadas em terceiro nível porque Fred foi quem realizou a interação de segundo nível, uma vez que compartilhou a foto diretamente do post 14.05a, - o que é perceptível através das observações dos horários em que se deram o comentário de Mariana e o compartilhamento de Fred - assim como Mariana registrou seu comentário também a partir da fonte original de publicação.

Se Fred tivesse realizado o seu compartilhamento a partir do comentário de Mariana, ele incorporaria o terceiro nível e Ana, Rita e os outros interagentes que *curtiram* o compartilhamento de Fred passariam a ocupar então o quarto nível comunicacional. Não serão analisados aqui os níveis que se apresentam a partir do quarto nível em diante, uma vez que este nível de interação já se encontra fora da página onde a publicação foi realizada. Esta discussão proposta sobre os processos comunicacionais que envolvem as imagens identificadas nas figuras 12 e 13 servem apenas para explicitar de que forma são determinados os níveis de conversação, uma vez que este processo comunicacional surgirá em algumas etapas desta análise.

A partir deste exemplo percebe-se que, a imagem postada inicialmente na página oficial do grupo Vida Urgente atingiu não somente as pessoas que circulam naquele espaço, mas devido ao *efeito dominó* proporcionado por mecanismos específicos deste ambiente (*Facebook*), atingiu também pessoas que trocam informações com aqueles que frequentam seus espaços e multiplicam seus conteúdos através das interações comunicacionais praticadas.

Uma vez esclarecido este processo de multiplicação de discursos e percebendo que, ao se virem nas fotos com suas mães em uma ação do grupo ao qual estes interagentes se vincularam fortemente na condição de voluntários ativos, desenvolvem-se sentimentos de identificação, de estreitamento de laços emocionais com a organização e de vinculação de sua auto imagem à imagem do seu grupo de pertença, como coloca Henriques (2004) ao definir os oito níveis de Vinculação³⁷.

Em uma escala progressiva, os amigos que entram em contato com esta foto, bem como os familiares que encontram estas imagens no espaço de relacionamentos de Fred Viana, não apenas comentam e compartilham, mas ficam cientes, a partir desta

³⁷ Figura 16, página 34.

imagem, que a ação ocorreu, que Fred Viana e sua mãe participaram e que este evento foi organizado pelo programa Vida Urgente e executado por seus voluntários – equipe esta da qual Fred Viana faz parte.

A partir do momento em que alguém das relações de Fred Viana compartilhar este material em um novo espaço, este ciclo recomeça; demonstrando o potencial de circulação que o espaço *Facebook* proporciona a partir das ferramentas e dos mecanismos que ele agregou na sua configuração. Outros espaços de relacionamento como o *Orkut*, ou o *Twitter* proporcionarão outras formas de interação, de acordo com a configuração de seus espaços e com as ferramentas incorporadas no momento de sua construção, mas esta configuração de circulação é própria do espaço *Facebook*.

A forma como foram elaborados estes posts do dia 14.05 somado ao conteúdo *dia das mães* (113 reproduções) que foi veiculado em 13 dos 25 posts publicados que compõe o corpus deste estudo gerou uma repercussão superior a 800 interações relacionais, ainda considerando apenas o primeiro e o segundo níveis, isto é, o nível de comunicação que ocorre dentro da página oficial do grupo Vida Urgente. Estas interações referem-se à medição geral, de todos os 9 posts do dia 14.05, somados com a repercussão das 23 imagens publicadas no mesmo dia e ainda adicionando-se o cruzamento de conteúdos como *voluntário* (49 referências), *vida* (106 referências), *urgente* (67 referências) e *ação* (34 referências). Conteúdos que estão relacionados de forma muito íntima com este evento, uma vez que é uma *ação* desenvolvida pelo grupo *Vida Urgente* e executada com a participação de seus *voluntários*.

Estes conteúdos fazem-se presentes nos comentários das interagentes e em vários posts deste corpus; contribuindo para a circulação encadeada de conteúdos, onde a simples menção de um conteúdo em uma conversa é capaz de trazer este conteúdo mencionado para a discussão que está se desenvolvendo. Desta forma, a inter relação de conteúdos nas diversas publicações de um espaço, assim como a circulação destes conteúdos nos comentários dos interagentes fazem com que os conteúdos predominantes se estabeleçam como nós de intersecção entre interagentes, vinculando conversas convergentes a partir dos valores simbólicos expressos nestas conversas.

Considera-se neste estudo o conceito de convergência apresentado por Jenkins (2006) que a define como sendo aquilo que, antes mesmo de ocorrer nas plataformas de comunicação, ocorre dentro dos seres humanos, uma vez que somos nós quem faz a conexão entre os valores simbólicos consumidos nas mídias. Jenkins chega a afirmar em entrevista fornecida para a Globo News (2010) que “a mídia nos cerca totalmente. E

toda a história, som, relação vai se reproduzir nestas plataformas de mídia. Nós somos onde tudo se junta, tudo converge aqui.” (indicando sua própria cabeça com as mãos)

Estes elementos relacionados entre si constroem uma rede onde o fluxo de informações se multiplica exponencialmente, tendo em vista o eco que ocorre entre as redes de relacionamentos, onde cada interagente envolvido em um processo comunicacional, assim como cada conteúdo predominante de uma discussão representam um nó – a intersecção que une diferentes grupos e multiplica a disseminação de conteúdos.

Entre as publicações selecionadas para o corpus desta investigação, o post 16.05b é o que apresenta o número mais elevado de *curtir*; são 119 *curtir* em um único post, dentro de um universo total de 589 registros de *curtir*, conforme apresentado na tabela 5, onde foram considerados apenas o material observado no corpus desta investigação; representando que 20% de incidências das reações reativas de *curtir* estão relacionadas com este post específico.

Embora sendo reativas, o conteúdo deste tipo de resposta pré definida indica aprovação (*curtir*). Os comentários são as interações mútuas, já que cada um reagirá de uma forma ao estímulo provocado pela publicação do conteúdo. Foram registrados neste post 61 comentários. Destas 61 opiniões 58 são positivas e 3 são interrogativas – pessoas que querem saber onde poderão comprar a camiseta anunciada. Somando-se todos os gestos de *curtir* com todos os 61 comentários do post teremos um total de 180 respostas. Observando que *curtir* é sempre uma resposta positiva e que entre os comentários 58 são positivos, encontrar-se-á um índice igual a 98% de respostas positivas para a postagem observada.

As opiniões positivas representam conversações grupais, pois apenas elogiam o produto e demonstram o desejo de compra, com exceção de um comentário que endereça sua fala para uma participante do grupo – a voluntária que aparece na foto com a camisa. Este comentário endereçado é considerado conversação dialógica, uma vez que é dirigido diretamente a uma outra pessoa específica. Já as perguntas apresentam um caráter dialógico, mesmo não trazendo o endereçamento explícito na pergunta, porque subentende-se que quem anunciou quer vender, logo a dúvida sobre a forma de aquisição é endereçada naturalmente ao anunciante, isto é, à FTMG. Esta postagem apresenta como conteúdo interno a divulgação do novo modelo de camiseta baby look do Vida Urgente, no estilo bata.

Na fotografia uma funcionária da equipe de comunicação do grupo posa com a roupa, demonstrando uma produção com perfil bastante autoral, trabalhando a valorização dos rostos de sua equipe na construção da sua identidade. Contribuindo com o processo de identificação e estreitamento de laços relacionais apresentados por Henriques (2004) como estratégia comunicacional válida no processo de progressão na escala de Níveis de Vinculação dos sujeitos com a organização.³⁸

Em um primeiro momento, ao observar este post o leitor poderá constatar que, o apelo de consumo que esta publicação carrega consigo é maior do que qualquer debate sobre conteúdos, a se tratar especificamente da observação deste corpus; embora isto não configure a ação comunicacional predominante desenvolvida neste espaço. Afirma-se isto baseando-se nas observações pessoais da autora, que além de voluntária é membro deste espaço de relacionamentos do grupo. Ela afirma que, segundo sua observação participante, as maiores incidências de postagens são mesmo relacionadas à convocação dos interagentes para as ações organizadas pelo grupo e que, esta reação intensa à divulgação de um produto anunciado pelo grupo e produzido por ele traz consigo não apenas o desejo de consumo, mas também a identificação das pautas de mobilização deste grupo; uma vez que, ao usar a camiseta do grupo, o sujeito que a usa estará também divulgando o grupo, e afirmando sua simpatia pela luta deste grupo.

A promoção das vendas de seus produtos realizada pelo grupo é vista com positividade pelas pessoas envolvidas com a organização, uma vez que indica auto-suficiência financeira, tendo em vista que a FTMG se mantém através da venda do que produz. Recusando qualquer financiamento externo, com o objetivo claro de não comprometer o direcionamento de sua atuação.

Os compartilhamentos de conteúdos postados somam um total de 61 incidências, sendo que 18 deles pertencem ao post 08.05a (29%) – convocatória para a ação do dia das mães. O post possui uma imagem (gravura) criada pelo grupo, com data, local, horário em forma de mensagem de texto e um “*slogan*” relacionado com esta ação específica, que diz: “#MÃEVIDAURGENTE Porque o melhor presente é estar com você”. Cinco dos 7 comentários deste post giram em torno de conversas sobre a ação - voluntários conversando com o Vida Urgente e tirando dúvidas sobre horários e local da ação.

Por se tratar de uma postagem que apresenta um tema tão universal, próximo a uma data que possui um apelo tão coletivo e devido ao fato de apenas 3 dos

³⁸ Figura 6.

compartilhamentos apresentarem comentários, fica difícil perceber se estas pessoas estavam compartilhando para divulgar a ação ou se estariam compartilhando este post por causa do tema - dia das mães - uma vez que a gravura possui o formato de um cartão eletrônico, como se fosse um cartão para ser oferecido, como comemoração ao dia das mães. Fato é que esta publicação alcançou um nível bastante significativo, apresentando índice percentual de 29%.

TABELA DE REGISTROS DE LINKS

POSTS	Nº LINKS	IDENTIFICAÇÃO
08.05ª	0	0
08.05b	0	0
11.05ª	0	0
11.05b	0	0
11.05c	1	YOU TUBE
11.05d	1	YOU TUBE
11.05e	2	ROAD SAFE
11.05f	1	KAZUKA
11.05g	1	SITE VIDA URGENTE
14.05ª	0	0
14.05b	0	0
14.05c	0	0
14.05d	0	0
14.05e	0	0
14.05f	0	0
14.05g	0	0
14.05h	0	0
14.05i	0	0
14.05j	0	0
16.05ª	1	KAZUKA
16.05b	0	0
19.05ª	0	0
19.05b	0	0
24.05ª	0	0
24.05b	0	0
	7	0

Tabela 6

Em 25 posts 7 links foram compartilhados como está expresso na tabela 6. Dois deles direcionam para o site do Vida Urgente, outros dois direcionam para endereços do youtube, mas remetem-se aos vídeos produzidos pelo grupo e publicados no youtube. Um dos links redireciona para endereço do *RoadSafe*, onde o download da apresentação em *power point* está disponível. Os outros dois links redirecionam para o site do Kazuka – parceria antiga do grupo – que divulga artigos, matérias e materiais do grupo Vida Urgente em seu site.

Significa dizer que, mesmo aqueles materiais que foram compartilhados a partir de links que não pertenciam ao grupo Vida Urgente, ainda assim possuíam como origem autoral a produção independente do grupo. A única exceção é a apresentação em *power point*, que foi produzida e compartilhada pelo grupo *RoadSafe*. Os vídeos, bem como a apresentação em *power point* apresentam conteúdo de cunho educacional. O material encontrado no link indicado no post 11.05g possui característica documental; já que é um artigo a respeito de um acontecimento registrado. Na tabela 5 estão as características do material compartilhado.

Um dos vídeos traz a mensagem sobre o dia das mães. O conteúdo é uma poesia de Cecília Meireles e a mensagem do grupo aparece logo na sequência do poema, afirmando que o melhor presente que se pode dar a uma mãe é estar vivo, foi por isto categorizado como um vídeo relacional e ao mesmo tempo educativo.

O outro vídeo é sobre a Década de ações por um trânsito mais seguro. Traz Guilherme Narcizo de Mello, gestor do voluntariado do grupo Vida Urgente, falando sobre a ação e sobre a necessidade de se alterar o comportamento dos motoristas, dos familiares e dos amigos destes motoristas, a fim de contribuir com a redução dos óbitos resultantes dos acidentes de trânsito, junto com a afirmação sobre a responsabilidade que cada um destes sujeitos possuem sobre a preservação da vida de seus entes queridos. Da metade do vídeo para o fim é apresentada a ação dos voluntários na PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), demonstrando mais uma vez o interesse do grupo em documentar suas ações, divulgá-las e valorizar seus voluntários, que são a principal força executiva deste grupo.

A pesquisa verificou todas as palavras que compuseram os 25 documentos coletados na página oficial do grupo Vida Urgente (no espaço *Facebook*). Para isto foi indispensável poder contar com o desempenho do programa Nvivo 10. Foi realizada a operação de busca de frequência de palavras pelo *software*, utilizando-se dos operadores *booleanos*³⁹ que o programa apresenta. Considerou-se nesta busca todos os documentos em *word* do corpus e também as imagens – identificadas textualmente pelo seu conteúdo. O critério de busca estabelecido foi que o programa encontrasse palavras de no mínimo 3 letras e que selecionasse as 5 palavras mais preponderantes. O resultado

³⁹ Operadores booleanos são palavras que têm o objetivo de definir para o sistema de busca como deve ser feita a combinação entre os termos ou expressões de uma pesquisa. São eles: “AND (e)”, “OR (ou)”, “NOT (não)”. “AND” e “NOT” têm a função de restringir a pesquisa; “OR” tem por função ampliar as possibilidades de combinação de elementos.

desta busca foi apresentado em quatro formatos e destacou-se dois dos mais usados neste estudo para apresentar aqui na análise.

ação mãe urgente **vida** voluntários

Figura 14

A partir da nuvem de *tags* apresentada na figura 14 já é possível perceber quais são as palavras mais frequentes, mas é a tabela 7 que proporciona a medição desta frequência, por isto as duas formas de registro de consulta foram utilizadas - uma para melhor visibilização e outra para maior exatidão nos dados.

LISTA DE FREQUÊNCIA DE PALAVRAS

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
Vida	4	164	2,15
Urgente	7	84	1,10
Mãe	3	53	0,69
Voluntários	11	42	0,55
Ação	4	34	0,45

Tabela 7

“Vida” é o conteúdo mais citado entre todas as palavras que compõe este corpus. Verificou-se entre as 164 incidências registradas da palavra “vida” quais incidências referiam-se à ação do grupo Vida Urgente como interagente e quantas eram as incidências resultantes do uso da palavra vida como conteúdo. O resultado obtido foi que a palavra “vida” havia sido encontrada como interagente por 29 vezes, o que significava então que apenas 135 ocorrências da palavra “vida” poderiam ser consideradas como conteúdo disseminado. Mesmo assim, o conteúdo “vida” continuou representando a palavra de maior incidência dentro do corpus e por isto foi considerada como um grande “agregador” entre todos os conteúdos.

“Urgente” segue os mesmos princípios da palavra “vida”, isto é, por ser parte integrante do nome do programa que criou esta página, tornou-se necessário aplicar à palavra “urgente” os mesmos filtros que foram aplicados à palavra “vida” para que se visibilizasse quantas eram as incidências da palavra que realmente representavam o uso da palavra “urgente” enquanto conteúdo e quantas eram as incidências que apenas identificavam o sujeito Vida Urgente realizando uma interação comunicacional. Deste

processo restaram então 55 incidências que realmente representavam o conteúdo “urgente” sendo *citado* em textos de postagens ou conversações (comentários gerais). Esta classificação enquanto conteúdo refere-se também as vezes que o nome do grupo foi citado em cartões eletrônicos, como no caso do post 11.05a que o conteúdo do cartão é “mãe vida urgente”; urgente só não foi considerado conteúdo nas vezes que atuou como interagente. O que o manteve na segunda posição do ranking de preponderância de conteúdos uma vez que seu total “líquido” de incidências ainda é maior que o total geral encontrado sobre o número de incidência do conteúdo “*rankeado*” pelo software em terceira posição; que é a palavra “mãe”.

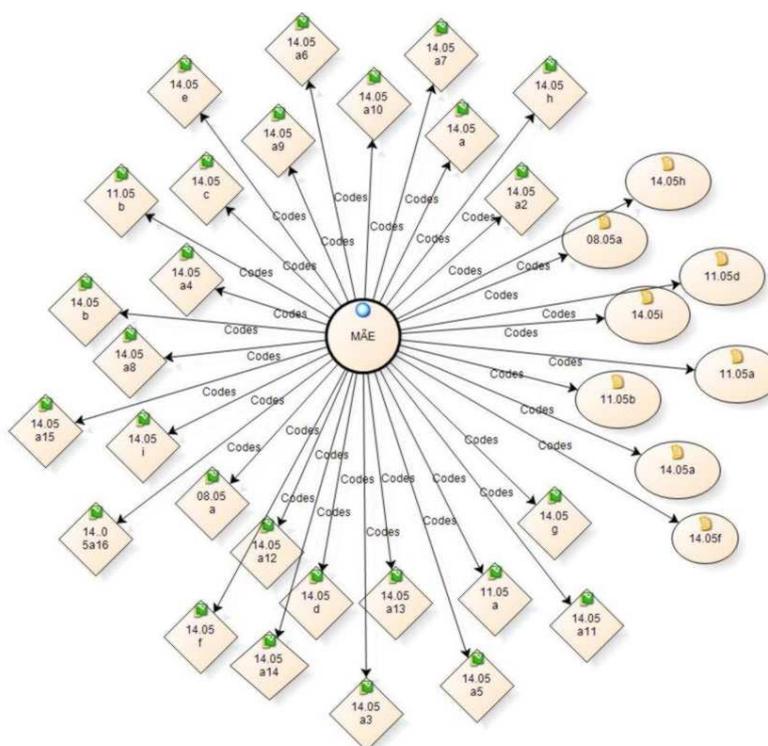


Figura 15

O conteúdo “mãe” apresenta uma peculiaridade em seu comportamento geral, tendo em vista que o corpus selecionado coincidiu com o mês em que se comemora o dia das mães. Por isto, entende-se que “mãe” é considerado um conteúdo pontual, visto que a sua relevância e preponderância se dá como consequência de um momento específico, datado e ultrapassável. Significa indicar que, apesar do fato de que o conteúdo “mãe” neste corpus estudado apresentar um nível de frequência bastante elevado, percebe-se que este resultado não se repetiria em qualquer outro mês do ano.

O que sustenta esta inferência é o fato deste conteúdo estar relacionado apenas àqueles documentos que possuem como tema principal o dia das mães, como é demonstrado na figura 15 (acima), que apresenta o gráfico de relacionamentos do conteúdo “mãe”, produzido pelo programa Nvivo 10, utilizando-se para isto os documentos pertencentes ao corpus deste estudo. O conteúdo mãe é o centro do gráfico, a direção das setas indica que ele é o ponto de origem deste relacionamento, isto é, o conteúdo mãe está se relacionando com os documentos ali representados.

Os símbolos em forma de diamantes representam as imagens do corpus. Todas aquelas imagens da ação do dia das mães que foram postadas na página oficial do grupo representam dois conteúdos – os voluntários e suas mães.

Os símbolos em forma elíptica representam os documentos de texto, isto é, os posts que foram coletados em formato word. Observando estas elipses pode-se perceber que os documentos ali representados dizem respeito aos posts que “falavam” de uma forma ou de outra, sobre o dia das mães.

Enquanto “mãe” é um conteúdo pontual, enquanto “voluntário” é um conteúdo permanente dentro da realidade comunicacional deste grupo, uma vez que todas as ações são executadas pelos voluntários do grupo e que a própria estrutura do grupo enquanto programa de mobilização social se deve ao fato de ter em sua composição um total de 17.151 integrantes nesta condição de voluntário.

Daí vem toda a representatividade social conquistado pela ONG como sendo um grupo orgânico de mobilização social. Uma vez dito isto, reconhece-se que mesmo não sendo tão alta a preponderância deste conteúdo se comparado ao conteúdo “mãe” ele tem a vantagem de ser um conteúdo que se perpetua e permanece em pauta durante todos os meses do ano. Daí o destaque dado por esta investigação ao conteúdo “voluntários”.

A figura 16 representa graficamente os relacionamentos da palavra “ação”. Em verde estão marcadas as imagens que apresentam como conteúdo ações documentadas do grupo – por isto a palavra ação se relaciona com cada uma destas imagens – em amarelo estão marcados os documentos editados em word, nos quais a palavra “ação” foi encontrada; em verde as imagens que são identificadas pela palavra ação. É uma representação visual dos relacionamentos estabelecidos entre fontes de informação e palavras – descrito pelo programa como sendo gráficos relacionais.

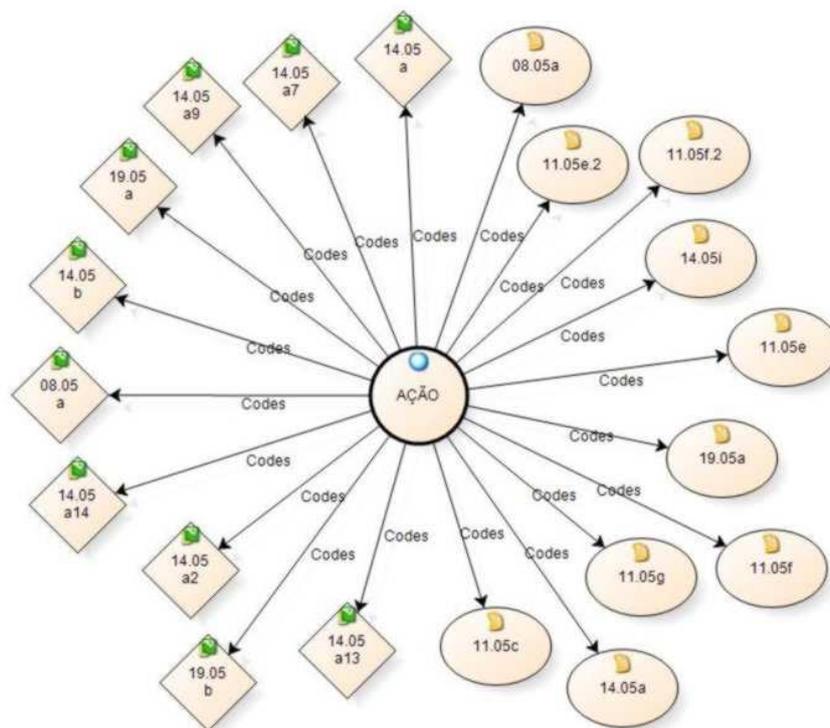


Figura 16

“Ação” é um conteúdo que se encontra na mesma posição do conteúdo “voluntários”. Apesar de não apresentar índices de preponderância tão elevados quanto as palavras “vida” e “urgente”, é uma palavra recorrente no dia a dia do grupo, tendo em vista que é a partir das ações de mobilização que o grupo avança na conquista de seu objetivo principal, que é educar a sociedade para um comportamento mais consciente e seguro no trânsito.

O gráfico representativo de seus relacionamentos gerado pelo Nvivo 10 demonstra que o conteúdo em questão se encontra presente em 17% dos posts que compõe o corpus desta investigação. Sendo assim, sua relevância se dá pelo reconhecimento de que o conteúdo aqui selecionado é uma palavra que compõe não apenas os discursos cotidianos do grupo, mas a própria definição da atividade deste grupo.

Ainda destacam-se nesta busca de conteúdos preponderantes as palavras “trânsito” que aparece em 29 referências e relaciona-se com 9 documentos diferentes; “década” ocorrendo 23 vezes em 7 documentos diferentes e “borboleta”, apresentando 16 incidências em 5 documentos diferentes. Cada um destes elementos do corpus interage entre si, formando uma rede de informações circulantes no espaço virtual. Ao apresentar a análise sobre os interagentes e suas interações a cadeia de informação que se forma ficará mais clara.

Nestes seis dias de postagem compreendidas pelo corpus do trabalho foram publicados 25 posts que geraram interações entre 349 pessoas diferentes. Deste universo de 349 interagentes, 298 apenas *curtiram* registrando uma interação reativa cada um. Vale a pena lembrar que, apesar do gesto de *curtir* representar uma resposta pré estabelecida, ainda assim é uma resposta extremamente positiva, porque indica que, além da concordância do interagente com a publicação ele apresentou empatia pelo que foi publicado, uma vez que *curtir* algo é gostar de algo. *Curtir* é considerada uma resposta reativa por dois motivos principais. O primeiro motivo é que ela se enquadra na definição de interação reativa, apresentada por Primo (2007), onde uma interação comunicacional entre duas pessoas poderá ser reativa ou mútua. As interações mútuas envolveriam negociação de sentidos enquanto as reativas representam respostas pré programadas, mas ainda assim, representam respostas. *Curtir* é uma resposta positiva pré programada pelo engenheiro do espaço *Facebook* – e por isto reativa. Serve para que o internauta demonstre sua empatia pelo conteúdo, pela publicação ou pela pessoa que publicou. O fato é que representa empatia, concordância. Tendo este gesto uma representação simbólica identificável, cumpre a sua função de responder ao estímulo enviado – que seria então o post publicado, ou algum comentário realizado, dependendo de onde está o *curtir*, se no campo do post ou de algum comentário específico.

Outra questão que foi observada em relação a estes interagentes que executaram apenas 1 interação em um único post é que na maioria dos casos (60%) são pessoas que não frequentam o espaço relacional observado. Estas pessoas entraram em contato com os conteúdos da página através de um outro perfil, que comentou ou curtiu a postagem e que, devido a isto, teve esta postagem divulgada em em seu próprio perfil.

Representa que, em seis dias de postagens cerca de 178 pessoas novas conheceram o espaço virtual de relacionamentos da página do grupo Vida Urgente no *Facebook* e deixaram esta “visita” registrada em forma de *curtir*. Configurando uma dinâmica de circulação de interagentes bem consistente, dentro deste espaço comunicacional, se formos levar em conta o tempo decorrido e o número de publicações postadas.

O numero total de inetrações observadas no corpus desta investigação foi igual a 841 ações. Considera-se aqui como interação qualquer ação entre dois elementos. Isto significa que, se um visitante entra na página do grupo Vida Urgente e comenta um post, curte uma foto e compartilha um vídeo ele executou 3 ações de interação com o grupo Vida Urgente. Se em um total de 349 pessoas 178 interagiram apenas uma vez e o

total de ações de interação registrados foi de 841; significa dizer que as 171 pessoas restantes interagiram, em média 5 vezes neste período de tempo.

Percebeu-se também que neste espaço, a interação reativa de *curtir* é predominante. Registrou-se 589 ações de *curtir* e apenas 158 interações mútuas, sendo que destas 23 foram dialógicas e 135 foram conversas grupais. Percebe-se que as pessoas que *curtem*, fazem isto muitas vezes em mais de um post, isto é, suas identidades foram reconhecidas mais de uma vez, em alguns casos. Algumas vezes uma pessoa *curte*, comenta e compartilha o mesmo post. Observando-se isto concluiu-se que a preponderância de ações comunicacionais de *curtir* sobre as interações conversativas deva-se à forma de linguagem predominante nas redes de relacionamentos, que apresentam uma forte tendência de ser rápida e econômica em suas representações, e não propriamente à falta de proximidade entre o interagente e o grupo, ou à falta do que dizer. Estes interagentes muitas vezes consideram que *curtir*, traduz uma mensagem completa.

Ainda pode-se conferir que o grupo Vida Urgente faz questão de produzir seu próprio material cultural. Mesmo nos momentos em que se observou o reendereço de materiais a partir do uso de links na postagem, ao conferir os materiais chegava-se à conclusão que eles haviam sido produzidos pelo próprio grupo; inclusive usando voluntários e funcionários seus para fotografias de divulgação e vídeos educativos.

O único material encontrado que não era de autoria do grupo foi a apresentação em *power point* sobre a proposta de ação pela Década de Paz no trânsito. Este foi produzido pela ONG internacional *RoadSafe* e é compartilhado para download a partir de seu endereço original, isto é, o espaço da *RoadSafe*.

O penúltimo post do corpus (24.05a) comunica o falecimento de uma voluntária, de uma forma não muito detalhada. Não é possível saber-se a causa do falecimento, apenas percebe-se que ela era jovem e querida pela equipe. Mesmo assim, a fundação tenta passar uma mensagem leve, serena, consciente, crítica e que demonstra pesar pela perda da companheira, mas em nenhum momento ela supervaloriza ou pronuncia a palavra morte, porque esta palavra, afirma Diza Gonzaga, não traz boas energias. Ela prefere falar de vida, buscar a luta pela vida, ao invés da luta pela não morte. É um posicionamento da fundação, e segundo Diza Gonzaga, foi por pensar desta forma que, ao invés de ficar lamentando a perda de seu filho, ela conseguiu levantar-se e organizar esta luta pela vida.



Figura 17

Uma nova borboleta para cuidar da nossa Vida!

Ao saber que a nossa voluntária Jéssica Endlich de Freitas foi borboletear longe de nós, só consigo pensar que a Vida é cada vez mais Urgente! Não há palavras para essa perda, pois deveria ser proibido jovens perderem a vida.

A saudade não diminuirá, mas suas palavras ao se inscreveu para ser voluntária do Vida Urgente devem ser pra sempre lembradas...

“Quero ser voluntária pela minha preocupação com pessoas que cometem o erro de dirigir embriagadas e ver que a cada dia, mais pessoas estão perdendo suas vidas de um modo banal. Estarei muito feliz sendo uma voluntária do Vida Urgente, conscientizando as pessoas a dar mais valor as próprias vidas.”

Segue borboleteando, linda Jéssica, com certeza encontrarás meu Thiago nas tuas “andanças por ai”.

No teu sorriso e alegria nos lembraremos sempre que a VIDA é Urgente!

Este post gerou poucas reações visíveis no espaço de conversação. Enquanto membro deste espaço a autora afirma que, ao se deparar com esta mensagem ficou triste e chocada, mas não sabia direito como expressar isto. Viu que era uma garota muito jovem, percebeu que se tratava de uma voluntária, mas não possuía intimidade com a menina para realizar algum comentário mais pessoal. Acabou não interagindo com a mensagem. Acredita-se que algumas pessoas que frequentam esta página podem ter se sentido também pouco à vontade para *curtir* ou comentar o post, mas demonstraram pessoalmente, em conversas ocorridas dentro da fundação, terem ficado bastante chocadas e tristes com o acontecimento.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo já sendo frequentadora deste espaço e membro do grupo, a autora desta monografia não havia ainda olhado para este ambiente com olhos de investigadora. Significa que, mesmo ela conhecendo o grupo, o espaço relacional do grupo *Facebook*, e tendo conhecimento sobre a dinâmica que o fluxo de informações assume dentro do espaço virtual *Facebook*, não havia proporcionado o montante de informações que poderiam ser encontradas em apenas 6 dias de coleta. Ao lançar estes materiais no *software NVivo 10* este potencial ampliou-se ainda mais, devido à capacidade de desdobramento das formas de analisar as situações comunicacionais que o programa proporciona, ampliando assim a profundidade da investigação qualitativa.

Como estudante da área de Comunicação Social que busca sua habilitação em Relações Públicas a autora desenvolveu especial interesse pelas novas configurações das organizações sociais do terceiro setor (ONGs), pois percebeu nestas organizações emergentes um novo viés se consolidando, uma nova forma de se relacionar com a sociedade e o ambiente social.

Esta mudança de paradigma reflete-se diretamente no desenvolvimento do campo das relações públicas, uma vez que o profissional de RP encontra em uma organização constituída sobre estes pilares espaço para a pesquisa, para o desenvolvimento de suas capacidades e para a atuação enquanto articulador de estratégias comunicacionais, já que é a partir das relações comunicacionais que as redes se constroem e se consolidam.

O grupo Vida Urgente, enquanto objeto de estudo e sua comunicação no espaço *Facebook* que representa o recorte empírico aqui considerado, responderam às expectativas da pesquisa, que era perceber como a comunicação entre um grupo de mobilização se estabelece nos espaços conversacionais virtuais e como este grupo poderia trazer pessoas para suas ações presenciais, a partir das interações relacionais estabelecidas nestes espaços.

No corpus deste trabalho não foram encontrados *posts* que promovessem debates em rede, embora a autora, como voluntária e membro deste grupo virtual, já tenha tido a chance de encontrar publicações como o repúdio à atitude do Governo Federal Brasileiro em flexibilizar a lei seca para a copa de 2014 à pedido da FIFA. Este debate foi encontrado no espaço de conversação do grupo Vida urgente, ainda em março deste ano (2012).

Atendo-se ao corpus pode-se afirmar que, através das publicações observadas percebeu-se que o conteúdo predominante é a valorização da vida – pauta maior desta mobilização. Percebe-se também que o grupo Vida Urgente valoriza seu voluntário e este responde com o mesmo carinho e comprometimento esperado, não apenas curtindo, compartilhando ou comentando, mas também participando de ações presenciais como verificou-se nos posts que divulgavam ações registradas com a presença de muitos voluntários. O que demonstra sucesso segundo Henriques (2004), que define o objetivo da comunicação como sendo o de desenvolver laços fortes e vínculos permanentes, o que é percebido aqui. A convocação para a ação também foi registrada, embora a maior parte das respostas a estas convocações fossem produzidas por voluntários do grupo.

A ação de dia das mães apresentou alguns retornos surpreendentes. A disseminação do conteúdo foi muito ampla, apesar de não ter-se publicado e nem analisado aqui as interações de quarto nível em diante por uma questão de logística, mas estas interações foram registradas pelo *software* Nvivo 10 durante as operações realizadas com os dados do corpus. Nos níveis observados registrou-se 33 imagens produzidas com este conteúdo e 113 interações relacionais. Isto somado à experiência bem sucedida de trazer as mães dos voluntários para participar de uma ação em local público, que fez com que a missão, os valores e a atuação do grupo fosse disseminada para outros espaços de conversação que ele ainda não havia conquistado, que são as redes de relacionamentos dos familiares dos voluntários e as redes de relacionamentos dos amigos de cada um destes familiares que *curtiram* ou compartilharam estas fotos e mensagens relacionadas com o conteúdo “mãe” e com a mobilização construída em conjunto com as mães dos voluntários.

Pode-se conferir também que a comunicação proposta neste espaço, apesar de ser um espaço de conversação institucional, é bastante coloquial, pessoal, e horizontal; embora fosse bastante construtivo que o grupo Vida Urgente incentivasse os frequentadores desta página a postarem seus próprios conteúdos, quando estes estivessem em consonância com as pautas do grupo. Esta atitude traria um pouco mais de riqueza para os debates e diálogos, uma vez que um grupo de pessoas é substancialmente mais inteligente e criativo do que a pessoa mais brilhante deste grupo, segundo afirma Surowiecki (2006). Acredita-se que esta construção de sentidos, ao ser compartilhada por todos os integrantes e membros deste espaço poderia não apenas ampliar os debates mas enriquecer o arcabouço de informações deste grupo.

Percebeu-se também que o grupo conseguiu agregar neste espaço pessoas de variadas idades, o que não acontecia nas comunidades do Orkut, onde predominavam os jovens e nos outros espaços do *Facebook*, por terem sido constituídos como grupos fechados, contavam apenas com a presença e a participação dos voluntários e funcionários da FTMG. Tendo em vista que o seu público principal está na faixa dos 15 aos 45 anos, por representarem as pessoas que estão mais constantemente expostas ao trânsito no dia a dia, devido à sua inserção no mercado, seja estudando ou trabalhando, esta diversificação de públicos é bastante positiva.

Considerando que as pessoas com idades entre 25 a 45 anos possuem redes mais sólidas de relacionamentos e maior poder de palavra, por serem a faixa mais produtiva segundo o sistema econômico e a faixa etária que possui maiores responsabilidades, segundo o sistema social, a conquista do apoio deste interagentes significa muito para um grupo que, apesar de já ter alcançado amplo reconhecimento internacional, reconhece que tem muito a construir junto da opinião pública na busca da realização de seus objetivos.

Sabe-se que este espaço ainda é recente (inaugurado no dia 7 de março) , mas a análise mostra que falta desenvolver um pouco mais as estratégias de comunicação dirigida para a captação de novos agente de transformação e há também uma carência de pautas discutíveis publicadas neste espaço. Aproveitando-se da interação face a face, que as TICs proporcionam, retomando assim os contextos interativos de co-presença e promovendo uma maior proximidade entre os indivíduos e possibilitando ações mais coesas.

Estas duas ações de comunicação - a captação de agentes sociais e a publicação de mais debates na rede social - poderão gerar crescimento e fortalecimento deste grupo tendo em vista que, publicar suas pautas e discutí-las publicamente é uma atitude que autoriza este grupo enquanto porta voz social, que representa, em última análise, a função de um grupo de mobilização social e captar agentes de mobilização é crucial para um grupo que tem seus objetivos atrelados à necessidade de reeducação social dos sujeitos.

Por entender que a expressão máxima da mobilização de uma sociedade é a sua capacidade de formar grupos organizados, conscientes de seu papel e atuantes é que a autora voltou seu olhar para as ONGs (Organizações Não Governamentais) que estruturam sua composição e sua atuação sobre estas mesmas plataformas sociais defendidas por Toro, Henriques, Castells, Capra e Lévy. Parte da noção de que a

atuação destas novas organizações passa obrigatoriamente pelas redes sociais, tanto físicas quanto virtuais, entende-se que a pesquisa em comunicação social poderá contribuir para o desenvolvimento destas relações estabelecidas nas redes sociais e o consequente fortalecimento destes novos grupos sociais. A certeza que fica é que há ainda muitas pesquisas a serem desenvolvidas nestes novos espaços de relacionamentos e diversas formas de se conectar e de compartilhar algo construtivo com alguém.

O profissional de Relações Públicas ganha nas redes sociais um espaço ainda não explorado de investigação sobre as possíveis formas de se conectar aos seus *stakeholders*, medir e estimular as opiniões dos seus públicos, propor debates sobre pautas de interesse e esclarecer fatos e posicionamentos na mais ampla minúcia, uma vez que aqui (na rede internet) encontram-se recursos audiovisuais, textuais e ainda a *hiperlinkagem*, que permite abordar qualquer assunto com sua necessária extensão, e ao mesmo tempo, atingir várias camadas de aprofundamento sobre qualquer conteúdo, até que se dê o esclarecimento público amplo sobre um conteúdo de interesse.

Aqueles profissionais de Relações Públicas que ainda não estão preparados para relacionarem-se em rede ficam à mercê daqueles que estão. A rede social virtual hoje se configura como um espaço público de debates e desenvolvimento do conhecimento. Quem está inserido no debate tem maiores oportunidades de atuar como formador de opiniões, construídas em conjunto com a comunidade de interesse e respaldadas por uma reputação, previamente conquistada socialmente, dentro deste espaço de relacionamentos.

Muitas pessoas hoje frequentam algum espaço da Rede Internet. A tarefa do profissional de RP é, segundo Henriques (2004), fazer uma análise cuidadosa a respeito destes públicos, detectando os caminhos e identificando os circuitos por onde a comunicação, ao transitar, proporcionará a produção de um sentido comum. Significa que, aquele profissional que estiver bem preparado saberá encontrar os seus públicos nas redes de informação, estabelecer relações com eles e criar uma convergência de interesses entre eles, por mais diversificados que eles possam ser para, desta forma, poder agregá-los em pautas de interesses comuns e assim conquistar seu reconhecimento social.

Mas para que esta legitimação ocorra, a partir de construções comunicacionais, ou mesmo de estratégias comunicacionais, é necessário que a inserção deste agente mobilizador seja legítima. Ele não poderá entrar e sair da rede apenas para colher frutos,

ele precisa mostrar que está ali para construir junto com o grande grupo soluções sociais. Do contrário, será apenas mais uma voz falando sozinha.

A rede está amadurecendo, e seus internautas rapidamente reconhecem a diferença de comportamento entre aquele que entra apenas para colher e aquele que planta, cultiva e colhe justamente os frutos de seus esforços.

Deve-se sobretudo, abandonar a ultrapassada lógica emissiva que subestima o sujeito social. Este sujeito está cada vez mais informado, cada vez mais ativo socialmente e cada vez mais convicto de que o poder pertence à sociedade e que ele, como sujeito social, poderá delegá-lo ou retirá-lo a qualquer momento que julgar necessário. A sociedade está com o megafone na mão e todos estão conversando com todos. Quem se excluir deste espaço público de debates, estará se excluindo da sociedade e de sua estância decisória mais legítima, a Rede Social.

8. REFERÊNCIAS

ANTOUN, Henrique. De uma teia à outra: a explosão do comum e o surgimento da vigilância participativa. IN: ANTOUN, Henrique (Org.). Web 2.0. Rio de Janeiro: MAUAD Editora, 2008. 286p.

CASTELLS, Manuel. La Galaxia Internet. Tradução de Raúl Quintana. Barcelona: Plaza & Janés Editores S/A, 2001. 317p.

CASTELLS, Manuel. Internet, libertad y sociedad. Una perspectiva analítica. IN: Polis – Universidade Bolivariana, Santiago, Chile: 2003.

CAPRA, A Teia da Vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução Newton Roberval Eichenberg. São Paulo: Cultrix, 1996. 256p.

BRAGA, Clara S.; HENRIQUES, Márcio S.; MAFRA, Rennan L. M. O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade. IN: HENRIQUES, Márcio S. (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

HENRIQUES, Marcio S. O desafio da comunicação para a mobilização social. IN: HENRIQUES, Márcio S. (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004. 100p.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: 2ª Ed. Atlas Editora, 2006. 384p.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. 368p.

LEMOS, André e CUNHA, Paulo (Orgs.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003. 231p.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 260p.

LÉVY, Pierre. A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 2º ed. São Paulo: Loyola, 1999. 212p.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Da conversação pública em terrenos digitais: horizontes e provocações sobre a validade de uma esfera pública virtua. IN: LEMOS, André e CUNHA, Paulo (orgs.) Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003. 231p.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador. Porto Alegre: 2º Ed. Sulina. 2008. 240p.

SANTAELLA, Lúcia. Cultura e Artes do Pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo, SP: Paullus, 2003. 360p.

SUROWIECKI, James. A Sabedoria das Multidões. Tradução de Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Record, 2006. 376p.

TORO, Jose Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte Furquim. Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação. UNICEF- Brasil, 1996.

TORO, Jose Bernardo. A construção do público: cidadania, democracia e participação. Rio de Janeiro: SENAC-Rio, 2005.111p.

VELLOZO, Sérgio Luiz. Teoria geral da comunicação coletiva. Rio de Janeiro: Cruzeiro, 1969. 170p.