

CIReS

1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE REDES SOCIAIS

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



Livro de Atas



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA



Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais
CICS.NOVA.UÉvora



UNIVERSIDADE
DE ÉVORA

FCT

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

Ficha Técnica

Título:

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

Organização:

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

Edição:

CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais

Autor:

Vários

Capa:

Logotipo_Susana Oliveira

Design_Carlos Sota

Produção técnica:

Célia Maria Lavradorinho Peralta Rodrigues

David Emanuel Arraiolos Carapinha

ISBN:

978-989-99782-3-2

dezembro 2017

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

Nota de abertura

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

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

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

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

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

A comissão organizadora

Comissão organizadora

Joaquim Fialho (coordenador)

José Saragoça (coordenador-adjunto)

Carlos Alberto da Silva

Saudade Baltazar

Carla Santanita

Marcos Olímpio

Margarida Estevinho

Carla Chainho

Ana Balão

Helena Arco

Cristina Pereira Vieira.
Universidade Aberta, Portugal

Dália Costa. ISCSP, Universidade de Lisboa, Portugal

Daniel Holgado Ramos.
Universidade de Sevilha, Espanha

Domingos Braga. Universidade de Évora, Portugal

Edson Azevedo Filho. Universidade Estadual do Norte Fluminense, Brasil

Helena Arco. Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal

Luciana Ferreira da Costa,
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Pedro Abrantes. Universidade Aberta, CIES, Portugal

Raquel Recuero. Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

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

Regina Marteleto. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Sílvia Portugal. Universidade de Coimbra, Portugal

Sofia Viseu. Universidade de Lisboa, Portugal

Comissão científica

Ana Paula Cordeiro. Universidade Aberta, Portugal

António Abrantes. Universidade do Algarve, Portugal

António Moreira. Universidade Aberta, Portugal

Cristina Albuquerque. Universidade de Coimbra, Portugal

Cristina Coimbra Vieira.
Universidade de Coimbra, Portugal

Apoios/patrocinadores

Câmara Municipal de Évora

Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP

Agência para o Desenvolvimento e Coesão, IP

Fundação Eugénio de Almeida

NERE

Fundação Alentejo EPRAL – Escola Profissional da Região Alentejo

Unitate

AlentAPP

ARASS – Associação de Reabilitação, Apoio e Solidariedade Social

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

Divinus Gourmet

Évora Hotel

Vitória Stone Hotel

Évora INN

Restaurante Mel e Noz

Restaurante Origens

Restaurante Parque dos Leitões

Delta Cafés

Media:

Grupo Diário do Sul

Universidade de Évora:

Departamento de Sociologia da Escola de Ciências Sociais

Departamento de Música da Escola de Artes



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



Índice

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

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

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

ÁREAS TEMÁTICAS

1 - ORGANIZAÇÕES E SAÚDE

2 - EDUCAÇÃO E CIDADANIA E INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA

3 - TRABALHO E PROFISSÕES

4 - REDES SOCIAIS LOCAIS/MUNICIPAIS

5 - REDES DE LUTA CONTRA A POBREZA

6 - REDES VIRTUAIS E COLABORATIVAS

7 - MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

8 - MOVIMENTOS SOCIAIS E PRÁTICAS CULTURAIS

9 - MIGRAÇÕES, REDES E VOLUNTARIADO

POSTER

1 - ORGANIZAÇÕES E SAÚDE

FIANDO E DESFIANDO REDES POR ENTRE OS DIAS DE CUIDADOS

MARIA ROSÁLIA CAEIRO ALAS MEDINAS GUERRA
Instituto Politécnico de Portalegre
rosalia.guerra@gmail.com

Resumo

As redes sociais tecidas no contexto dos cuidados, revelam mundos sociais compostos por intrincadas redes de relações; de acontecimentos e de complexos esquemas de ação. Ao olharmos para a experiência de cuidar, observámos como se criam redes de suporte em que o formal e o informal se misturam cada vez mais: as instituições de saúde e de apoio social partilham espaços comuns com os familiares, os vizinhos e os amigos. Juntos vão fiando e desfiando a rede que suporta a experiência de cuidar.

A experiência protagonizada pelo cuidador revela caminhos únicos de engendramento de redes de suporte também elas únicas, flexíveis e dinâmicas que servem, muitas vezes, de alento no cuidar.

Palavras-chave: redes; cuidadores; suporte social

Abstract

Social networks woven in the context of care reveal social worlds composed of intricate relationships, events and complex schemes of action.

As we look at caregiving experience, we have seen how support networks are created in which formal and informal: health and social support institutions share common spaces with family, neighbors, and friends.

The experience of the caregiver reveals unique ways of engendering support networks that are also unique, flexible and dynamic, and very important for the care experience.

Keywords: networks; caregivers; social support

O porquê das redes no dia-dia-do cuidador?

O tema Fiando e desfiando redes por entre os dias de cuidados, motivado pelo 1º. Congresso Internacional de Redes Sociais, nasce de uma investigação feita no âmbito de uma tese de mestrado em Gerontologia que olhou para experiências de cuidados protagonizadas pelo cuidador da pessoa com alzheimer. A intenção desta investigação foi a de enveredar pela análise do quotidiano do cuidador familiar de uma pessoa com alzheimer. Partindo do pressuposto de que as famílias são cada vez mais pluralistas no seu “modo de se apresentarem” à sociedade, procurou-se compreender as dinâmicas, cada vez mais únicas, da vivência dos cuidados e, entre outras dimensões, as estratégias de construção de redes de suporte.

Através de seis entrevistas semi-diretivas a seis cuidadores familiares e com recurso à observação direta, voltada para o domicílio onde são prestados os cuidados, fomos encontrar mundos preenchidos por histórias feitas de ruturas e continuidades com as relações e os acontecimentos vividos ao longo da trajetória de vida e redes de relações complexas e dinâmicas que nascem na imprevisibilidade dos dias de cuidados.

Olhar para a realidade dos cuidados e para a tarefa de fabricação de redes de suporte que acontece por dentro dessa realidade, permite-nos olhar para mundos de vida cada vez menos lineares, mais criativos, mais individuais e mais dinâmicos. Se é verdade que encontrámos características comuns nas diferentes vivências protagonizadas pelos diferentes cuidadores, também é verdade que encontrámos esquemas de ação e de construção de redes de suporte únicos.

Numa sociedade democrática e emancipada em tantas das suas dimensões, onde o individual, o privado e a autonomia assumem uma expressão visível e predominante, configura-se de especial interesse analisarmos as experiências dos cuidados e as redes que se tecem por dentro dos dias de quem cuida.

Analisar o trabalho de “tecelagem” destas redes remete-nos para a analogia de José Machado Pais a propósito da renda de bilros. O autor observa as rendeiras de bilros descobrindo que estas compõem “novelas rendadas”. São, segundo o autor, novelas de

vida, compostas por memórias rendilhadas que se enrolam em enredos de histórias de vida pessoais e comunitárias (PAIS, 2013). Esta alusão a este tipo de renda, transportada para as redes de suporte social construídas no dia-a-dia de quem cuida, facilita a compreensão de algumas das características destas redes, aspeto que veremos à frente

Algumas notas sobre os contornos demográficos e o seu efeito nas famílias

Segundo o INE (2013), “As famílias têm hoje uma dimensão significativamente menor do que há 50 anos. Apesar do casal continuar a ser a forma predominante de organização familiar, o seu peso estatístico recuou, em particular o dos casais com filhos. Em contrapartida, ganharam importância os casais sem filhos, as famílias monoparentais e as pessoas a viver sós. Em simultâneo, acentuaram-se as tendências de mudança relativamente à vida em casal com o aumento das uniões de facto, dos nascimentos fora do casamento e da recomposição familiar. A taxa de fecundidade atingiu níveis muito preocupantes e a esperança média de vida aumentou. Estas transformações implicaram uma mudança progressiva e persistente em direção a novas formas de viver em família. (...) Desde 1960 que a importância das famílias unipessoais tem vindo a aumentar. No entanto, foi sobretudo a partir dos anos 90 que esta tendência mais se evidenciou”.

Não é incomum, hoje, ver-se uma mesma pessoa com a responsabilidade de cuidar do seu cônjuge, do seu pai e, por vezes, também dos filhos e netos, assistindo-se a uma sobreposição de papéis e de disponibilidades que o prolongamento da esperança média de vida veio acentuar.

Cuidar e Suporte Social

O ato de cuidar parece existir desde sempre sendo uma realidade tão antiga quanto a própria existência humana e, ao mesmo tempo, tão transversal a todas as vidas e tão presente nos vários contextos da vida social. Como refere Antónia Perdigão, numa

perspetiva heideggeriana, “Cuidamos «naturalmente» de nós e dos outros, pelo simples facto de existir-com-o(s)-outro(s)-no-mundo (...) A seu modo, todo o ser humano possui a capacidade do cuidado e/ou cuidar” (Perdigão, 2003: 485).

Para além desta presença constante do ato de cuidar na vida do ser social, há uma tendência, ao longo da história, por não fazer deste ato uma ação individual. Tal facto dever-se-á à exigência que cuidar acarreta. Numa dimensão de família alargada ou mais reduzida, há sempre recursos – familiares, da vizinhança, amigos, recursos de saúde, envolvidos na trama dos cuidados (Sequeira, 2010). Hoje, mais do que outrora, pelo facto de tendencialmente se verificar uma abertura dos contextos dos cuidados e em simultâneo uma abertura do próprio conceito de cuidar.

Os conceitos de cuidar e de dependência têm estado ao longo do tempo associados a uma visão instrumentalizada. A pessoa cuidada tem sido encarada como um recetáculo de serviços, possuidora. A experiência dos cuidados, por seu turno, compreendia apenas o sujeito cuidador e a pessoa cuidada, deixando de fora outros elementos da família, instituições ou “outros” elementos pertencentes à rede social (Gil, 2010).

Ana Paula Gil em *Heróis do Quotidiano* demonstra a amplitude que o conceito de cuidar e dependência têm vindo a assumir ao longo dos tempos, contrariando a visão limitada e meramente instrumental que vigorou durante anos (*ibidem*). Esta visão dá lugar a uma outra, o conceito de cuidar assume uma dimensão holística. O contexto dos cuidados passa a englobar a pessoa dependente; o cuidador principal e a família e tem em conta a dimensão contextual e sistémica onde estes agentes se inserem (ARAÚJO, PAÚL & MARTINS:2008).

Para além da importante compreensão dos elementos que compõem as redes de suporte social de quem cuida, importa também compreender a qualidade da relação entre estes elementos. Isabel Araújo, Constança Paúl e Manuela Martins chamam a atenção para este aspeto quando falam na importância do suporte social. Segundo as autoras, “o suporte social é considerado como uma das funções primordiais das redes sociais, já que envolve transações interpessoais e abrange apoios específicos prestados por pessoas, grupos ou instituições. Nestas relações podem ser identificados diferentes vínculos sendo alguns deles fortes, outros mais distantes, intermitentes ou contínuos.

Redes formais e informais

Ao olharmos para a experiência de cuidar, protagonizada por estes seis cuidadores, entrevistados no âmbito da investigação que concretizámos, observámos como se criam redes de suporte em que o formal e o informal se misturam cada vez mais: as instituições de saúde e de apoio social partilham espaços comuns com os familiares, os vizinhos e os amigos; juntos vão fiando e desfiando a rede que suporta a experiência de cuidar. Os cuidadores familiares tendem a apropriar-se de conhecimentos do domínio profissional para assim conseguir levar a cabo a experiência dos cuidados e ao mesmo tempo, é cada vez mais notória uma aproximação dos cuidadores profissionais à dimensão “familiar” dos cuidados.

Os testemunhos de alguns cuidadores entrevistados demonstram que os cuidados são cada vez mais o «cruzamento» entre o familiar e o mundo exterior, tanto quanto a família é aberta às exterioridades. A dicotomia entre formal e informal tem, portanto, cada vez mais, linhas ténues quando compreendemos que os profissionais são chamados à experiência dos cuidados (São José, 2012), Podemos identifica-lo através de excertos de relatos dos cuidadores entrevistados¹:

“Depois também sei que é muito importante ter o apoio de uma psicomotricista que vem cá a casa fazer atividades com a minha mãe. Vem uma vez por semana e os exercícios que fazem permitem-na estar mais robusta e com mais agilidade até à sessão seguinte, o que me ajuda bastante” [e1];

“Eu ainda fui tirar um curso de uma semana, à noite, numa clínica, um curso que eles chamavam para cuidadores informais, ajudou-me porque havia coisas que eu não fazia da maneira mais correta e aprendi a executá-las de uma outra forma até para me ser mais fácil” [e5]

Os próprios cuidadores, por vezes, sentem-se ou são encarados como profissionais:

¹ Excertos de relatos de entrevistas a cuidadores de pessoas com alzheimer, retirados de Guerra, Maria Rosália (2016), “Contos de Solenes Entardeceres: Vivências e Rotinas Singulares do Cuidador da Pessoa com Alzheimer”.

“Sinto-me com alguma ousadia a dizer isto mas é o que sinto, sinto-me como se fosse um enfermeiro, aprendi a fazer coisas que não sabia fazer, dou medicação, faço a higiene à minha mulher, que lhe dou sou eu banho...faço tudo ...[e6]

“A minha mãe, coitada, toda despida...mas a agente depois ultrapassa as coisas porque não estamos a olhar para a pessoa, porque estamos a tentar tratar. Quando eu a apanhei logo, logo no princípio...ela nem se sabia lavar, eu é que lhe dava banho, eu é que a ajudava a sair do “coiso”, dava lhe a toalha, ajudava-a limpar...ela não tinha mesmo noção de como se limpava, como se asseava, como se lavava a cabeça, se era com o gel ou o shampoo, estava completamente desorientada...” [e2];

“e o meu tio é o «enfermeiro» cá de casa. Ele é quem organiza a medicação da minha mãe, faz uma tabela e faz o esquema de todos dos comprimidos que ela toma: as horas, as doses. É uma grande ajuda” [e1].

De que fio são feitas as redes de suporte nos cuidados?

Da análise das estratégias de constituição e re-constituição das redes de suporte social que nascem das experiências de cuidados analisadas, conseguimos perceber que estas são dinâmicas, criativas e flexíveis; imprevisíveis e únicas. Para quem cuida, cada dia é um dia novo, imprevisível e carente de novas soluções. A investigação que concretizámos e que serviu de base a esta comunicação permitiu-nos enveredar pelas dimensões de tempo, espaço, corpo e identidade presentes na experiência dos cuidados. Olhar para estas dimensões e compreendê-las, revela que, a cada momento, os sujeitos que vivem esta experiência dos cuidados (cuidador, pessoa cuidada e os “outros” que direta ou indiretamente participam nesta experiência) são fabricantes incessantes de novos tempos, novos espaços, novos corpos e identidades. No que às redes sociais diz respeito, é notório que os espaços sociais e os elementos que os compõem demonstram estas características acima descritas. As relações sociais que se revelam nestas redes são dinâmicas, exigem criatividade sobretudo por forma a manter momentos de convívio quando o tempo para estes teimam em não existir. Se pensarmos nos “outros” que

participam na rede de relações do cuidador e da pessoa cuidada, estes surgem de forma imprevisível, vão surgindo sem que tivéssemos planeado a sua “entrada”, são estas dimensões que tornam as redes únicas e reveladoras de estratégias de fiagem e desfiagem também elas únicas.

O espaço social: do arrefecimento das relações e do espaço social às estratégias de manutenção das sociabilidades

Para os cuidadores e para as pessoas cuidadas, o espaço social altera-se e transforma-se. Este espaço «afunila-se», «perde território», os «outros» deixam de convidar, de visitar. Por outro lado, engendram-se estratégias para manter as sociabilidades: os contactos dos cuidadores e da pessoa cuidada. Por vezes, neste «jogo» de perdas e ajustes, ganham-se novos espaços e novas sociabilidades (veja-se as relações com os profissionais que entram no espaço domiciliar, por exemplo).

O espaço social passa a ser partilhado pelo sujeito que cuida, a pessoa cuidada e as visitas. Assiste-se a um arrefecimento das relações e do espaço social:

“Ninguém a visita, nem vizinhas, nem amigas, nem família...[e2]; “A pouco e pouco o meu avô foi perdendo a sua ligação às pessoas da igreja..., foi deixando de ir...embora eles às vezes ligassem a perguntar por ele...mas não era a mesma coisa. Eu sabia que esses amigos ou ligavam à vida e às suas vivências...mas não havia maneira de continuar a manter esta ligação...mas na hora da sua morte eles estavam lá. Eu nesta altura senti o quão importante é manter os nossos contactos com os amigos, porque eu também deixei de estar tanto com os meus amigos...por isso percebi bem a tristeza do meu avô” [e3]; “E hoje sobra muito pouco daquilo que ele foi, até mesmo pelo que ele fez pelo desporto da cidade, até esses, infelizmente, se afastaram. O meu marido nunca mais foi visitado pelos seus amigos, amigos entre aspas, porque que amigos são estes...e já não o chamam para os encontros (...) Por exemplo, o ano passado, um grupo do qual ele foi fundador, há 25 anos atrás, fizeram, o ano passado 25 anos, e tiveram a desfaçatez

de não o convidar sequer, de não lhe dizer nada para a festa que fizeram dos 25 anos” [e4].

Para os cuidadores, o mesmo acontece quase sempre por falta de tempo ou porque já «não dá para sair por causa do comprometimento da doença:

“Para eu estar em casa com o meu avô, eu não ia sair à noite, não ia a um jantar ou não ia tomar um café fora, são escolhas que têm que ser feitas. A pessoa não se recente disso, mas se tivesse vivido mais tempo nesta situação, podia ter agido de maneira diferente” [e3]; “Já não saímos para ir jantar fora com amigos, ela não consegue nem pegar nos talheres, pega nas coisas com a mão e só quer andar, andar...já não vamos por isso...e as pessoas acabam por já não nos dizer para ir” [e6].

As estratégias de manutenção das sociabilidades revelam-se nos dois sujeitos: cuidadores e pessoas cuidadas, quase sempre, portanto, há uma partilha de espaços sociais e visitas pela dificuldade de estar longe da pessoa cuidada:

A minha mãe está sempre em interação com outras pessoas, agora não é ela quem escolhe as pessoas que a visitam, não é ela que as chama para a virem visitar, mas sou eu que promovo isso...que as pessoas venham vê-la. (...) Aliás depois da minha mãe estar doente, ainda faço mais questão que a porta esteja aberta porque há sempre alguém que passa e que fala com ela... [e1]; “De forma a manter o que ela sempre foi, continuei sempre, até que pude a levá-la à rua, mesmo nos últimos tempos ainda a levava a almoçar fora” [e5].

Alguns cuidadores revelam algumas estratégias que criaram para manter os seus contactos sociais:

“...tentamos manter algumas coisas com algumas pessoas da nossa família e amigos mas é nesta lógica: se Maomé não vai à montanha, a montanha vai a Maomé. Faço muitos almoços cá em casa, muitos jantares também, vem cá muita família. Agora estou a programar uma festa para os anos da minha mãe, eu e o meu irmão temos vontade de juntar a família toda ao lado da minha mãe, incluindo a família do lado do meu pai” [e1];

“No Natal fomos ter com uns amigos, saímos...e agora vamos outra vez, eles até queriam que ficássemos lá em casa a dormir, de um dia para o outro, porque sempre bebemos e ainda é longe mas eu por causa disto da minha mãe...não fico, vou e venho, mas sempre me distraio” [e2].

Em jeito de conclusão

Conclui-se que é na imprevisibilidade que a ação de cuidar impõe, que se decidem novas relações e novos usos dos recursos que compõem as diferentes redes urdidas no quotidiano dos cuidados. Cada cuidador afeta de forma distinta os vários recursos que compõem a sua rede de suporte. Esta rede assume contornos distintos em momentos diferentes da trajetória da doença e vai exigindo, por parte de quem cuida, estratégias diversas para manutenção das sociabilidades.

Bibliografia

GIL, A. P. (2010), *Heróis do quotidiano: dinâmicas familiares na dependência*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

PAIS, J. (2013). *Modos de Pensar: A Sociologia como Artesanato Intelectual*. Revista Brasileira de Sociologia, vol. 1, nº. 1. Pp. 107-128.

PERDIGÃO, A. (2003), *A ética do cuidado na intervenção comunitária e social: Os pressupostos filosóficos*, Análise Psicológica, Vol. 21, nº. 4, pp. 485-497, acedido em <http://publicacoes.ispa.pt/index.php/ap/article/view/8/pdf> a 20 de Julho de 2015.

SÃO JOSÉ, J. (2012), *A divisão dos cuidados sociais prestados a pessoas idosas: complexidades, desigualdades e preferências*. In *Sociologia, Problemas e Práticas*, 69, pp. 63-85.

Outras fontes:

Instituto Nacional de Estatística - <https://www.ine.pt>

REDES DE COOPERAÇÃO NA EDUCAÇÃO EM SAÚDE

ADRIANO PEDRO
(IPP, C3i)
apedro@essp.pt

ANTÓNIO ARCO
(IPP, C3i)
a.arco@essp.pt

HELENA ARCO
(IPP, CICS.NOVA.UÉvora, C3i)
helenarco@essp.pt

Resumo

A educação em saúde, enquanto processo que combina experiências de aprendizagem facilitadoras de ações voluntárias dos indivíduos promotoras da saúde, em interação com o contexto societal que integram, assume uma importância fundamental no que respeita ao desenvolvimento sustentado das condições de vida das comunidades. Torna-se relevante refletir sobre estes aspetos enquadrando-os no âmbito das redes de cooperação, numa perspetiva que engloba a formação ao longo da vida, enquanto ferramenta de aquisição de competências que vise uma participação ativa e responsável no seio da comunidade. Qualquer processo educativo está englobado num contexto de ação concreto, considerando-se que tanto a sociedade, em geral, como a comunidade, em particular, são agentes educativos que gozam de uma margem de liberdade ao nível da educação em saúde, onde qualquer proposta de desenvolvimento implica um processo de trabalho cooperativo, com o qual se pretende favorecer a prevenção, a promoção e a manutenção da saúde, individual e coletiva. As organizações de ensino superior e de saúde mantêm há muito experiências de cooperação em rede no âmbito da formação que pode ser expandida para novas e diferentes áreas de intervenção, onde se inclui a da educação em saúde, enquanto catalisador de processos de melhoria da qualidade de vida, onde importa mobilizar um conjunto de condições englobando o envolvimento ativo das organizações e da comunidade na gestão dos processos, a solidariedade e a proximidade, a integração e a reciprocidade, a sustentabilidade e a capacitação, a globalização e a criação de redes de apoio integrado.

Palavras-chave: educação, saúde, redes, cooperação.

Abstract

Health education, is a process that combine learning experiences that facilitate individual voluntary actions of health promoting, in interaction with the societal context that they integrate, assume fundamental importance in the sustainable development of communities living conditions. It becomes relevant to reflect on these aspects by framing them within the framework of cooperation networks, from a perspective that encompasses lifelong learning, while acquiring skills tool that aims at active and responsible participation within the community. Any educational process is encompassed in a context of concrete action, considering that society, in general, and the community, in particular, are educational agents that have a margin of freedom at the level of health education, where any development implies a process of cooperative work, with which it is intended to increase the prevention, promotion and maintenance of individual and collective health. Higher education and health organizations have long had experiences of network cooperation within the scope of training that can be expanded to new and different areas of intervention, including health education, as a catalyst for life quality improvement processes, where it is important to mobilize a set of conditions encompassing the active involvement of organizations and the community in the management of processes, solidarity and proximity, integration and reciprocity, sustainability and empowerment, globalization and the creation of support networks integrated.

Keywords: education, health, networks, cooperation.

Introdução

A saúde tem sido, desde sempre, um bem extremamente valorizado e apreciado em todas as sociedades e culturas, constituindo a forma mais premente para atingir o bem-estar físico, psíquico e social, elementos centrais do bem conhecido conceito definido pela Organização Mundial de Saúde em 1948. Esta conceção enquadra-se num paradigma cultural de saúde, em que a realidade social e humana se torna indissociável da realidade biológica e ecológica, assumindo um sentido holístico em que o homem é contemplado como uma unidade integral.

Logo, as diferentes intervenções educativas desenvolvidas no âmbito da saúde têm como objetivo fundamental melhorar qualitativamente a vida humana, através de intervenções de cariz formativo que manifestem um sentido de ajuda positiva e de potenciação dos indivíduos, no sentido da gestão da sua própria saúde e, ao mesmo tempo, promover as mudanças ambientais adequadas e desenvolver comportamentos que produzam formas de vida saudáveis.

A possibilidade de desenvolvimento deve ser uma pertença de cada indivíduo, população ou povo, que serão os destinatários mas também os intervenientes dos processos de mudança, entendidos como formas de ampliação das capacidades e das opções com que contam, principalmente os sectores socialmente mais vulneráveis e empobrecidos, tornando-os donos do seu futuro, incrementando a sua autonomia e protagonismo nestes processos (Vega, 2005; Quesada & Hernando, 2007; McKenzie, Neiger & Thackeray, 2016).

Contemplando os processos de cooperação como catalisadores de iniciativas que incrementem a participação responsável dos atores sociais, promovendo estratégias de desenvolvimento individual e comunitário, podem-se contemplar as atividades estabelecidas nesta área como intervenções que possibilitam aos indivíduos incrementar o controlo sobre a saúde, abarcando não apenas as ações dirigidas para aumentar as suas competências e capacitações, mas também para as dirigir no sentido de modificar as condições sociais, ambientais e económicas com impacto ao nível da saúde, através da participação ativa dos indivíduos e das comunidades em processos de empoderamento que possibilitem um desenvolvimento sustentado.

Educação em Saúde e Cooperação

Entendendo a saúde como um direito básico e fundamental de todos os indivíduos, este estado só se poderá alcançar mediante um esforço conjunto de cidadania e das instituições, para eliminar desigualdades e garantir o acesso igualitário à informação, equipamentos e serviços, cabendo à comunidade o papel fundamental de promover a consciência de que a saúde é uma responsabilidade coletiva, sendo fundamentais os esforços de cooperação que permitam processos de educação em saúde.

Com fundamento nestas perspectivas importa refletir sobre o potencial de desenvolvimento, baseado na participação ativa e efetiva dos indivíduos e comunidades, da educação em e para a saúde que se pode conceptualizar, considerando as alterações que este significado tem sofrido ao longo dos tempos, como toda e qualquer intervenção, sobre a pessoa e o grupo, que ajuda o indivíduo a querer, poder e saber escolher e adotar, de forma responsável, livre e esclarecida, comportamentos e atitudes adequados para favorecer a sua saúde e a do grupo ou comunidade onde se insere (Redman, 2003; Carvalho & Carvalho, 2006; Gilbert, Sawyer & McNeill, 2015).

Perspetiva-se que a educação em saúde seja integrada no âmbito do desenvolvimento social de qualquer indivíduo, podendo ser encarada como um processo de educação permanente que se inicia nos primeiros anos da infância, orientado para o conhecimento de si mesmo em todas as dimensões, tanto individuais como sociais, bem como do ambiente que o rodeia na sua dupla dimensão, ecológica e social, tendo como objetivo poder ter uma vida saudável e participar na saúde coletiva. Contribuindo para dar uma resposta eficaz e coerente às diferentes necessidades de saúde que se manifestam no seio das sociedades, contemplam-se três grandes áreas de intervenção prioritárias, os problemas de saúde, os estilos de vida e as transições vitais, fundamentais para garantir o desenvolvimento sustentado e sustentável dos indivíduos e comunidades.

As intervenções desenvolvidas nestas áreas necessariamente condicionam os objetivos a estabelecer e metodologias a aplicar, bem como o perfil dos atores que desenvolvem a sua atividade neste âmbito, face aos conhecimentos, atitudes e competências necessários para compreender, abordar e intervir de forma adequada e pertinente perante estas necessidades de saúde, bem como face aos fatores com elas

relacionados (Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, 2003; García, Morón, Sánchez & Cobacho, 2009).

Neste contexto podem ser englobadas as oportunidades de aprendizagem criadas de forma consciente, com a finalidade de melhorar a alfabetização em saúde, processo que integra a melhoria do conhecimento e o desenvolvimento de habilitações que conduzam a uma maior participação nos processos relacionados com a saúde, podendo ser encarada como um processo educativo que tem como objetivo a responsabilização dos cidadãos para a defesa da saúde individual e coletiva (Eldredge, Markham, Ruitter, Fernandez, Kok, & Parcel, 2016).

Estas atividades deverão ser encaradas como uma importante função a ser assumida por profissionais de diversas áreas de atividade, nomeadamente os que exercem a sua ação no âmbito da saúde, da intervenção social e da educação, constituindo-se como elementos essenciais nos processos de cooperação que visem a assistência às populações ao nível da prevenção, tratamento e reabilitação da doença.

A própria Organização Mundial de Saúde realça a importância da responsabilidade dos indivíduos e das coletividades no desenvolvimento de atividades de vida saudável, propondo que seja potenciada a preparação das comunidades para enfrentar este repto, apelando às organizações ligadas à área da saúde que trabalhem neste sentido, considerando que a autonomia, a responsabilidade, a solidariedade, o compromisso com o meio e a participação ativa são elementos capitais para um estilo saudável de vida comunitária.

Estes processos de participação e cooperação deverão possibilitar nos indivíduos o desenvolvimento de um sentido de responsabilidade pela saúde a nível individual e coletivo, permitindo potenciar atitudes que os levem a participar, de forma crítica e construtiva, na gestão da saúde comunitária, assumindo a saúde como um património social, fomentando o acesso e a utilização adequada dos Serviços de Saúde, modificando e promovendo atitudes otimizadas relativamente à promoção e recuperação da saúde, fomentando mudanças ambientais favoráveis às alterações preconizadas, capacitando os indivíduos para que possam participar ativamente na tomada de decisões sobre a sua saúde e da sua comunidade (Miranda, 1992; Vega, 2005; Issel, 2014).

Analisando as perspetivas enunciadas, podemos enquadrá-las nas conceções que assumem a educação como fator de desenvolvimento, destacando-se neste âmbito

alguns aspetos já enunciados na *V Conferencia Iberoamericana de Educación*, como o facto de se considerar que o desenvolvimento engloba melhorias de carácter social, em políticas de acesso que primem pela equidade social, da qualidade de vida da população e, definitivamente, pelos processos que para além de conciliar o crescimento económico com o desenvolvimento social, traduzam o crescimento económico em desenvolvimento social.

A este aspeto importa associar o conceito de sustentabilidade, imprescindível ao desenvolvimento social e comunitário, que pode ser enquadrado em duas vertentes, uma que engloba as interações estabelecidas entre os indivíduos e o ambiente que os rodeia e outra que engloba as relações estabelecidas entre os indivíduos e as comunidades, que condicionam a vertente anterior, sendo nestes contextos e com os condicionalismos que lhes estão inerentes que se deverá promover o desenvolvimento sustentável (Urzúa, Puelles & Torreblanca, 1995).

Outro elemento a realçar, no que respeita aos contributos para a responsabilização dos indivíduos, importando fomentar atividades formativas que promovam atitudes favoráveis, como a autoestima, o respeito pelos outros, a curiosidade, a apetência para o trabalho em equipa e a liderança, que serão decisivas para uma mudança de mentalidades e para uma atitude favorável perante processos de desenvolvimento sustentado e sustentável.

Para que exista a adoção das atitudes referenciadas, enquadradas num conceito de participação efetiva, ativa e responsável dos indivíduos, grupos, comunidades e populações é fundamental, como se pode verificar pelos enunciados anteriores, que existam processos de formação e de aprendizagem desenvolvidos ao longo da vida dos indivíduos, que podem teoricamente remeter-nos para o ideal de educação permanente, funcionando como um marco integrador que possibilite a capacitação dos indivíduos perante as necessidades que lhes surjam pelo emergir de novos conhecimentos, a que se têm de adaptar, devendo tais processos constituir-se como democratizadores do conhecimento e dinamizadores do desenvolvimento social (Lucio-Villegas, 2005).

A educação ao longo da vida revela-se em muitos casos como um pilar socioeducativo, articulando-se com políticas de carácter social e redistributivo, numa perspetiva orientada para a provisão pública da educação e para a igualdade de oportunidades, assumindo em muitos casos o objetivo de promover o esclarecimento e a

autonomia dos indivíduos, para além da transformação social que emerge da prática de processos de cidadania ativos, responsáveis e críticos.

Nesta perspetiva, a educação ao longo da vida tem sido alvo de processos acentuados de desenvolvimento, emergentes de políticas de formação que acentuam a relevância da educação para a democracia e cidadania, para a responsabilidade social e emancipação, alicerçadas em conceitos de desenvolvimento eminentemente inspirados por quadros conceptuais relacionados com as teorias da modernização e a teoria do capital humano, conferindo especial relevância à organização da sociedade civil, através do associativismo ou do desenvolvimento local e comunitário (Lima, 2003).

O processo de aprendizagem ao longo da vida não constitui um conceito novo, mas a reinvenção do pressuposto de aprender até morrer, representado pela necessidade de adquirir uma nova capacitação quotidianamente, que permita a resolução de uma determinada situação, sendo esta uma característica essencial à vida humana. O desenvolvimento deverá ser encarado como um bem comum e não somente de alguns, sendo impulsionado e realizado pelos seres humanos atendendo à melhoria da sua qualidade de vida, tendo como base a participação dos indivíduos, a integração dos diversos sectores de atividade, a solidariedade social e a preservação do ambiente natural e construído.

Este processo só é real quando se centra nas realidades do contexto em que se vive, não existindo desenvolvimento nacional ou regional sem desenvolvimento local ou comunitário, implicando nos indivíduos um processo contínuo de aprendizagem relativamente às questões e desafios que surgem no decorrer dos processos de desenvolvimento, focalizando-se nos seus valores individuais, sociais e culturais, e nas suas expectativas e aptidões, requerendo a oportuna tomada de decisões baseadas no conhecimento das realidades concretas, integrando estratégias de formação ao longo da vida orientadas no sentido da qualificação dos recursos humanos da comunidade, para dar resposta aos desafios que se apresentam, pois só assim se poderá implementar processos de desenvolvimento sustentáveis (Figueira & Garcia, 2002).

A incorporação dos contextos em que os indivíduos se integram nos processos de formação, implica encará-los não como um ponto de chegada mas como um novo ponto de partida, abrindo renovadas perspetivas de aprendizagem, contribuindo para o desenvolvimento de capacidades de inovação, crítica e de transformação societal

coletivamente partilhada. O aspeto basilar da aprendizagem desenvolvida na sociedade, independentemente das suas fontes, é o contributo que faculta para tornar irreversível a capacidade de procurar com autonomia as competências e os saberes necessários, sendo estas sim as aprendizagens sustentáveis.

As conceções anteriores possibilitam compreender o facto dos conceitos de saúde, educação e desenvolvimento se deverem encontrar intimamente associados, pois tanto o desenvolvimento insuficiente, normalmente associado a contextos sociais de menores recursos, como o desenvolvimento excessivo, normalmente associado a contextos sociais em grande expansão, poderão resultar em problemas de saúde, perante os quais a formação, desenvolvida neste âmbito junto dos indivíduos, terá um importante papel na prevenção dos problemas a tais factos relacionados.

A educação em saúde resulta numa prioridade para a concretização plena de programas de desenvolvimento sustentável, estando intimamente ligada a aspetos contextuais corrigíveis, podendo ser a base reconhecida e defendida de novas políticas e práticas a implementar. Assentando na reciprocidade assumida pelo facto de os índices de desenvolvimento, social e económico, se refletirem ao nível da qualidade de vida dos indivíduos, a saúde não será um mero indicador de desenvolvimento económico e social, mas um veículo decisivo para o desenvolvimento sustentável (Ganilho, 2006).

Não se poderá confundir o crescimento económico com o processo de desenvolvimento, ou deixar que influencie de modo inadequado outros aspetos como o bem-estar social, a cultura e a preservação do meio ambiente, devendo o desenvolvimento ser assumido como um valor comum, implicando encontrar caminhos sustentáveis para este processo, num paradigma que tenha como base uma maior participação dos indivíduos, em total integração com todos os sectores de atividade, assegurando e promovendo a cultura, a solidariedade social e a preservação do meio ambiente.

Através da aprendizagem que é feita pelos indivíduos em processos de formação ao longo da vida, interpretando realidades contextuais, resolvendo problemas, satisfazendo necessidades que surgem e equacionando novas soluções para os problemas que vão surgindo, será possível promover e implementar com sucesso estratégias de desenvolvimento, pois este é um processo dinâmico em que as necessidades resolvidas geram novas necessidades e os problemas resolvidos originam

novos problemas.

Pode-se afirmar que só aprendendo ao longo da vida os indivíduos e as comunidades podem almejar usufruir de uma melhor qualidade de vida, sendo importante um conjunto de condições, para que esta aprendizagem conduza a um desenvolvimento sustentável, como sejam o envolvimento ativo da comunidade, a promoção das características do contexto, o envolvimento na gestão dos processos, a solidariedade, a integração, a sustentabilidade, a viabilidade, a qualificação, a capacitação, a proximidade, a globalização e a criação de uma rede de apoio (Figueira, 2006).

Importa mais uma vez realçar o facto de que o desenvolvimento desencadeado pelos processos de aprendizagem ao longo da vida, nomeadamente no que respeita à educação em saúde, nunca será possível sem a participação ativa, o que implica a atribuição de poder aos indivíduos e às comunidades, sendo este um processo longo no qual todos os seus atores crescem e convivem e pelo qual se encarregam, implicando que tomem plena consciência das suas potencialidades e responsabilidades.

Encarando os processos de desenvolvimento como processos endógenos, promotores, por si próprios, de outras formas de intervenção e de relação, terão na participação em elemento imprescindível para a sua realização, pois deve-se compreender que estes processos de participação ativa não surgem do nada, mas emergem de práticas participativas alargadas, bem como das experiências de participação das comunidades (Lucio-Villegas, 2007).

Todo e qualquer processo educativo está englobado num contexto social, o que nos leva obrigatoriamente a considerar que tanto a sociedade, em geral, como a comunidade, em particular, são agentes educativos extremamente importantes, em especial num espaço como o da educação para a saúde, dado que os seus valores essenciais, educação e saúde, emergem e são valorizados muito concretamente no âmbito comunitário. Toda e qualquer proposta de desenvolvimento de uma comunidade, ao nível da saúde, implica um processo de trabalho comum e participativo, atualmente mais necessário que nunca, se pretendemos favorecer a prevenção, a promoção e a manutenção da saúde, tanto ao nível individual como coletivo (Quesada & Hernando, 2007; McKenzie, Neiger, & Thackeray, 2016).

Estes factos implicam uma intervenção profissional ponderada e adequada,

podendo-se considerado que neste nível de desenvolvimento comunitário não existem conceções uniformes nem fórmulas predefinidas de atuação, dependendo de vários fatores, como sejam os marcos ideológicos, as características socioeconómicas, os objetivos a atingir, os contextos de intervenção e as entidades promotoras, entre muitos outros.

As premissas enunciadas permitem perspetivar a necessidade de configuração de um perfil adequado, para qualquer profissional que atue neste âmbito, com os conhecimentos necessários para levar a cabo as intervenções, mas igualmente com a sensibilidade, perceção e criatividade que lhe possibilite estabelecer de forma adequada uma relação de ajuda, promotora do desenvolvimento ao nível da saúde.

De uma forma geral, o papel de educador na área da saúde deverá ser um indivíduo que esteja envolvido na comunidade, que nela seja respeitado e que conheça em profundidade o contexto em que desenvolve a sua atividade, sendo de sublinhar a importância de poder ter um papel transformador, que lhe possibilite por em prática os seus conhecimentos, podendo e devendo ser o elemento de articulação entre a comunidade e as equipas multidisciplinares de saúde (Vega, 2005; Gilbert, Sawyer & McNeill, 2015).

Torna-se imprescindível que estes agentes, dos diversos sectores profissionais devidamente capacitados para implementar processos de educação em saúde, conheçam adequadamente os contextos e os âmbitos onde as intervenções se desenvolvem, bem como os lugares onde distintos grupos de população vivem e convivem, se apoiam e se reúnem ou trabalham, pois é sempre de realçar que, para melhorar a eficácia das atividades que desenvolvem, estas se devem desenvolver e integrar nos espaços de sociabilidade mais comuns e quotidianos dos indivíduos.

São diversas as intervenções que são levadas a cabo em termos da promoção e educação para a saúde, ao nível das comunidades, optando-se por destacar as que se podem considerar mais comuns ou representativas desta atividade. Começa-se por destacar o aconselhamento e a assessoria, dirigidas a indivíduos que recorrem a apoio no âmbito da saúde para apresentar uma questão ou procurar solução para determinados problemas, sendo normalmente intervenções breves, realizadas de forma individual.

Uma outra importante área de intervenção, a informação e comunicação, tem a ver com a elaboração e utilização de instrumentos de informação diversos, folhetos,

cartazes, vídeos, diaporamas, e com a participação nos meios de comunicação, imprensa, rádio, televisão, internet, no sentido de melhorar a eficácia da transmissão das mensagens, área onde as Tecnologias da Informação e da Comunicação têm atualmente uma relevante função (Corcoran, 2007; Dutta, 2009; Espanha, 2009). Importa também referenciar as intervenções de ação e dinamização social, no âmbito do desenvolvimento comunitário, promovendo a modificação de normas sociais e o trabalho cooperativo em redes, através de intercâmbios com associações e/ou grupos.

Uma área de intervenção fundamental respeita à defesa de medidas de promoção da saúde, intervindo junto das estruturas responsáveis para exigir o desenvolvimento de estratégias intersectoriais, alterações organizativas dos serviços e implementação de medidas legislativas, económicas e técnico-administrativas, relevantes ao nível da saúde (Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, 2003; Eldredge, Markham, Ruitter, Fernandez, Kok, & Parcel, 2016).

Os profissionais, independentemente da sua área de formação, que desenvolvem a sua atividade no âmbito da educação em saúde tem um importante papel de mediação, entre os indivíduos e os objetivos a atingir, entre as comunidades e os recursos necessários à implementação das medidas preconizadas, entre as populações e as organizações a quem compete muitas vezes por em prática e implementar processos e intervenções que influenciam a saúde comunitária. Tem pois responsabilidades contínuas relativamente aos indivíduos, grupos e comunidades, para além das que respeitam à gestão dos recursos que lhes são disponibilizados para por em prática os projetos estabelecidos.

Redes de Cooperação

Os estudos sobre redes no setor da saúde, versam essencialmente a cooperação efetivada através de formas de participação que se possam traduzir em ganhos económicos, partilha de recursos, fatores essenciais na garantia da sustentabilidade do sistema (Santanita, 2014; Miranda, Martins, & Oliveira, 2016).

As potencialidades reconhecidas pelas experiências de cooperação ali desenvolvidas, dando ainda ênfase à influência que têm no setor social, de educação e formação, tornam estas organizações, contextos únicos de aplicabilidade científica.

A historicidade ligada aos processos de formação dos profissionais de saúde, sustentada em processos de cooperação em rede há muito que é estudada. Podemos como exemplo apontar os trabalhos de Arco & Silva (2013) que focaram as características da cooperação interorganizacional estabelecida por meio de protocolos, para a formação em enfermagem, onde foram estudadas as redes formais e informais de cooperação na área do ensino clínico. Aqui foram analisadas as perspectivas dos dirigentes organizacionais, a valorização atribuída, os objetivos e finalidades de adesão, bem como os recursos partilhados.

Verificou-se neste estudo que numa rede onde a ação organizacional de partilha de recursos, sustentada em normativos, se cruzavam também valores simbólicos e ideológicos ligados a uma profissão assim como uma cultura que se foi tornando uma *consciência de classe*.

Já em 2015 Arco & Pedro estudaram a estratégia de cooperação em rede sustentados na metodologia de análise de redes sociais, aplicada às novas exigências e desafios no campo da formação em saúde, nomeadamente na formação pré-graduada de enfermeiros no âmbito da rede de cuidados continuados integrados.

Também aqui emergiram constrangimentos ligados à margem de liberdade e ao posicionamento dos atores na rede. Contudo, foi destacado o potencial das redes de cooperação não só na perspectiva da formação e da difusão sustentada de informação, como enquanto promotoras do acesso ao mercado de emprego.

A investigação efetuada até ao momento, envolvendo organizações de saúde e de ensino superior, onde se cruzaram os conceitos de rede social, cooperação e formação, trouxeram à luz perspectivas de desenvolvimento suscetíveis de ultrapassar as próprias fronteiras organizacionais, numa lógica de capital social.

Coleman (1988) definiu o capital social pelas suas funções, não sendo constituído por uma entidade singular, mas sim por várias e diferentes com dois elementos em comum: “todas elas consistem em estruturas sociais e facilitam certas ações dos atores – sejam estas pessoas ou atores coletivos – no interior da estrutura” (1988, p. 98).

Putnam *et al.* (1993) realçou os aspetos inerentes às organizações sociais como as normas, as redes estabelecidas e a confiança enquanto promotoras da melhoria da eficiência social.

Mais tarde Saavedra & Espinoza (2009) ao explorarem teoricamente o conceito de capital social, salientam a ideia de rede associada à confiança, normas, aceitação de valores, solidariedade e reciprocidade.

As dinâmicas emergentes dos discursos dos atores que participaram nos estudos que versaram a formação em enfermagem, traziam à luz estratégias que se aproximavam bastante da promoção da formação, mas ao mesmo tempo da melhoria da eficiência social.

Uma vez que estas redes compostas por atores coletivos das áreas do ensino superior e da saúde revelaram potencialidades de difusão suscetíveis de ultrapassar as barreiras organizacionais e se tornarem um bem-comum para a própria comunidade onde se inserem, porque não, adotar esta estratégia de educação em rede, envolvendo estas organizações alargando a intervenção à área da educação em saúde.

Estas perspectivas podem-se associar às estabelecidas pela Rede Europeia de Escolas Promotoras de Saúde, mais direcionadas para o Ensino Básico e Secundário mas eventualmente aplicáveis ao nível do Ensino Superior, que constituem um exemplo prático duma rede de cooperação no âmbito da educação em saúde visando promover a saúde nas organizações escolares e nas comunidades em que se inserem (Gilbert, Sawyer & McNeill, 2015; Leger, Young, Blanchard & Perry, 2010; Soares, Pereira & Canavarro, 2015).

Tendo como princípio o desenvolvimento de estratégias que promovam e sustentem a inovação, fornecendo um veículo para a divulgação de modelos de boas práticas e criação de oportunidades, o crescente reconhecimento de que novas formas de parceria e de trabalho intersectorial são necessárias para abordar os determinantes sociais e económicos da saúde, vinculam as organizações educativas ao imperativo de procurar desenvolver e implementar estratégias e intervenções que proporcionem aos seus membros e da comunidade em que se inserem o (re)conhecimento de um conjunto de princípios e ações para promover a saúde, assumindo um contributo na gestão da saúde e das questões sociais, fomentando um contexto que possibilite a todas as pessoas nele presentes uma melhor qualidade de vida e bem-estar.

Poderemos estender o conceito de escola promotora da saúde para o âmbito do Ensino Superior, reconhecendo-o como um espaço que reforça continuamente o seu potencial de proporcionar um ambiente saudável para viver, aprender e trabalhar, com

base numa abordagem global à promoção da saúde, que transpõe o ensino-aprendizagem que ocorre no seu seio, para englobar todos os aspetos da vida na comunidade em que se insere. Implica uma abordagem multifatorial, que abrange a aprendizagem de conhecimentos e competências sobre a saúde, com vista a mudar o ambiente social e físico, através da criação de vínculos com a comunidade em geral.

Considerações Finais

Numa perspetiva de formação para o desenvolvimento comunitário, pode-se considerar a educação em saúde como um processo de comunicação interpessoal dirigido a informar, efetuar análises críticas dos problemas de saúde, responsabilizar os indivíduos e os grupos sociais relativamente às decisões sobre o comportamento saudável, individual e coletivo, catalisando um processo maturativo, pessoal e grupal, de ver, julgar e atuar (Sebastian & Stanhope, 1999; Bastable, 2014).

Esta conceção implica um processo educativo de atividades continuadas e planificadas, que procure influenciar nas atitudes, motivações e hábitos das comunidades, tendendo a responsabilizar os indivíduos, promovendo a sua maturação e capacitação, no sentido de aumentar o seu controle sobre a saúde, através da sua participação, mobilização e intervenção, elementos imprescindíveis de qualquer processo de educação para a saúde.

As atividades de promoção, prevenção e recuperação da saúde são fatores essenciais para que os indivíduos possam integrar, adotar e empreender as mais diversas intervenções neste âmbito, que conduzam ao desenvolvimento, à maturação e à emancipação das populações na escolha consciente, criteriosa e personalizada de um estilo de vida saudável, sendo sem dúvida este o caminho para que o possam conseguir.

Podemos ainda constatar que, na educação em saúde, intervêm aspetos de natureza económica, legislativa, política, sociais, para além de formativos, no entanto, aquilo que não parece poder ser alvo de discussão é que qualquer programa neste âmbito deverá estar envolvido em projetos de desenvolvimento comunitário, a nível global, e não ser meramente dirigido apenas a sectores específicos (Miranda, 1992; Issel, 2014).

O estado de desenvolvimento pleno e sustentado de uma nação ou comunidade, em termos de saúde, cada vez mais terá que ser avaliado não só através da capacidade que apresenta no tratamento e reabilitação dos problemas de saúde, mas especialmente através da capacidade apresentada na sua prevenção, com claras vantagens a vários níveis, especialmente económico, social e familiar, especialmente através da diminuição do sofrimento que as situações de doença produzem nos indivíduos.

Nesta perspetiva será de destacar a importância da educação, em geral, e da educação em saúde, em particular, que para além da sua importância em termos sociais e económicos constitui um direito de todos os indivíduos, pelo que se deve envidar todos os esforços para obstar às dificuldades que possam dificultar a universalização e consagração deste direito, que atualmente deverá responder às novas exigências e aos desafios renovados, dado que não basta assegurar um determinado nível de educação a todos os indivíduos, nem considerar como um processo que termina em certa idade.

A educação, enquanto processo promotor de desenvolvimento, constitui um contínuo vital, sendo fundamental que os poderes competentes entendam e integrem este conceito numa perspetiva que potencie e efetive uma educação que se prolongue ao longo da vida, já que nenhuma comunidade poderá aspirar a ser íntegra, saudável e competitiva sem aproveitar o seu recurso mais valioso, o seu capital humano (Urzúa, Puelles & Torreblanca, 1995; García, Morón, Sánchez & Cobacho, 2009).

Referências Bibliográficas

Arco, H. & Pedro, A. (2015). Aprendendo o cuidado ao idoso: Dinâmicas das redes de cooperação para a formação em enfermagem. *RIASE – Revista Ibero-americana de Saúde e Envelhecimento*, 1 (1), 53-68. Acedido em 25 de maio de 2017 em http://www.revistas.uevora.pt/index.php/saude_envelhecimento/article/view/46/34

Arco, H. & Silva, C. (2013). Tecendo redes: As relações interorganizacionais de cooperação na encruzilhada da formação em enfermagem. In Silva, C., Fialho, J. & Saragoça, J. (eds.), *Iniciação à análise de redes sociais: Casos práticos e procedimentos com UCINET* (pp. 214-242). Casal de Cambra: Caleidoscópio Edição e Artes Gráficas, S.A.

Bastable, S. (2014). *Nurse as educator: Principles of teaching and learning for nursing practice* (4th edition). Burlington: Jones & Bartlett Learning.

Carvalho, A. & Carvalho, G. (2006). *Educação para a saúde: Conceitos, práticas e necessidades de formação*. Loures: Lusociência.

Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *AJS*, 94 (Supplement), 95-170.

Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud (2003). *Formación en promoción y educación para la salud*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.

Corcoran, N. (2007). Information technology in health communication. In Corcoran, N. (ed.), *Communicating health: Strategies for health promotion* (pp. 96-116). London: Sage Publications.

Dutta, M. (2009). Health communication: Trends and future directions. In Parker, J. & Thorson, E. (eds.), *Health communication in the new media landscape* (pp. 59-92). New York: Springer Publisher Company, LLC.

Eldredge, L., Markham, C., Ruitter, R., Fernandez, M., Kok, G. & Parcel, G. (2016). *Planning health promotion programs: An intervention mapping approach* (4th edition). San Francisco: John Wiley & Sons.

Espanha, R. (2009). *Saúde e comunicação numa sociedade em rede: O caso português*. Lisboa: Monitor – Projectos e Edições.

Figueira, E. & Garcia, A. (2002). Desarrollo local y educación de adultos en el Alentejo.

Figueira, E. (2006). Desenvolvimento local: O binómio comunidade/território como fundação de uma estratégia de desenvolvimento de base local. In Ramos, F. & Marujo, M. (coords.), *Actas das Jornadas do Departamento de Sociologia (VII Edição)* (pp. 89-104). Évora: Departamento de Sociologia da Universidade de Évora / Centros de Investigação em Sociologia e Antropologia “Augusto da Silva”.

Ganilho, F. (2006). A organização de saúde no contexto do desenvolvimento ambiental sustentável. In Ramos, F. & Marujo, M. (coords.), *Actas das Jornadas do Departamento de Sociologia (VII Edição)* (pp. 105-120). Évora: Departamento de Sociologia da Universidade de Évora / Centros de Investigação em Sociologia e Antropologia “Augusto da Silva”.

García, A., Morón, J., Sánchez, A. & Cobacho, M. (2009). *Educación y promoción de la salud: Una mirada contextual*. Murcia: Diego Marin Librero Editor.

Gilbert, G., Sawyer, R. & McNeill, E. (2015). *Health education: Creating strategies for school and community health* (4th edition). Burlington: Jones & Bartlett Learning.

Issel, L. (2014). *Health program planning and evaluation: A practical, systematic approach for community health* (3rd edition). Burlington: Jones & Bartlett Learning.

Leger, L., Young, I., Blanchard, C. & Perry, M. (2010). *Promoting health in schools: From evidence to action*. Saint Denis Cedex: International Union for Health Promotion and Education.

Lima, L. (2003). Formação e aprendizagem ao longo da vida: Entre a mão direita e a esquerda de Miró. In Quintanilha, A., Costa, A., Fortuna, C., *et al.* (2003). *Cruzamento de saberes aprendizagens sustentáveis* (pp. 129-148). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lucio-Villegas, E. (2005). *Cuestiones sobre educación de personas adultas*. Sevilla: Tabulador Gráfico, S.L.

Lucio-Villegas, E. (2007). Construir uma argamassa contra-hegemónica: Reflexões sobre educação e desenvolvimento. *Revista Lusófona de Educação*, 9, 35-49.

McKenzie, J., Neiger, F. & Thackeray, R. (2016). *Planning, implementing, and evaluating health promotion programs: A primer* (7th edition). London: Pearson Education.

Miranda, G., Martins, H. & Oliveira, R. (2016). Comportamento organizacional em redes no Brasil: Um estudo no setor hospitalar. *REDES – Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 27 (2), 90-108. Acedido em 25 de maio de 2017 em <http://revistes.uab.cat/redes/article/view/v27-n2-miranda-martins-oliveira/pdf-643-pt>

Miranda, P. (1992). La educación para la salud en el desarrollo comunitario. *Pedagogía Social: Revista Interuniversitaria*, 7, 129-136.

Putnam, R., Leonardi, R. & Nanetti, R. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.

Quesada, R. & Hernando, M. (2007). Formación en promoción y educación para la salud. *Portal de Cursos Abiertos de la UNED*. Acedido em 27 de fevereiro de 2017 em http://ocw.innova.uned.es/ocwuniversia/educacion_para_la_salud/formacion-en-promocion-y-educacion-para-la-salud

Redman, B. (2003). *A prática da educação para a saúde* (9.^a edição). Loures: Lusociência.

Saavedra, Ó. & Espinosa, G. (2009). Capital social hoy. *POLIS – Revista de la Universidad Bolivariana*, 22, 195-217. Acedido em 25 de maio de 2017 em https://www.researchgate.net/publication/28271681_Capital_social_hoy

Santanita, C. (2015). Dinâmicas intraorganizacionais num serviço em saúde, à luz da análise de redes sociais. *REDES – Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 26 (1), 167-202. Acedido em 25 de maio de 2017 em revistes.uab.cat/redes/article/download/v26-n1-santanita/546-pdf-pt

Sebastian, J. & Stanhope, M. (1999). Enfermeiro gestor e consultor em saúde comunitária. In Stanhope, M. & Lancaster, J. (orgs.), *Enfermagem comunitária: Promoção da saúde de grupos, famílias e indivíduos* (pp. 931-962) (4.^a edição). Loures: Lusociência.

Soares, A., Pereira, A. & Canavarro, J. (2015). Promoção da saúde nas instituições de ensino superior portuguesas: Reflexões e desafios. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, Ano 49-2 (115-137).

Urzúa, R., Puellas, M. & Torreblanca, J. (1995). La educación como factor de desarrollo. V *Conferencia Iberoamericana de Educación*. Acedido em 27 de fevereiro de 2017 em <http://www.oei.es/vciedoc.htm>

Vega, F. (2005). La educación para la salud como base del desarrollo. *UITA – Secretaría Regional Latinoamericana*. Acedido em 27 de fevereiro de 2017 em <http://www.globalizate.org/ais100405.html>

TECENDO REDES DE COOPERAÇÃO: O CASO DOS CUIDADOS PALIATIVOS NA FORMAÇÃO EM ENFERMAGEM

RICARDO SERRA
(ULSNA – HDJMGP)
ricardodserra@gmail.com

HELENA ARCO
(IPP, CICS:NOVA.UÉvora, C3i)
helenarco@essp.pt

Resumo

A experiência de aprendizagem de cuidados paliativos foi alicerçada na cooperação entre instituições de ensino superior e serviços de saúde para que a aquisição de competências fosse efetuada próximo do real. Traçámos como objetivo, analisar as dinâmicas de cooperação que sustentaram as relações estabelecidas entre os atores no âmbito da formação dos estudantes de enfermagem em contexto de cuidados paliativos. Neste estudo participaram uma organização de ensino superior e duas de saúde. Doze estudantes do Curso de Licenciatura em Enfermagem que frequentaram a Unidade Curricular e Ensino Clínico de Enfermagem em Cuidados Paliativos, sete enfermeiros orientadores com formação específica em cuidados paliativos e um professor. Os dados foram colhidos através de um questionário sociométrico e entrevistas estruturadas, aplicados após o término das atividades. A análise dos dados sociométricos foi efetuada no Programa Ucinet 6 V. 6.628 e Netdraw V. 2.160, dos dados qualitativos no Programa NVivo 11. Os resultados mostraram a existência de duas redes distintas de partilha de informação correspondentes ao período teórico e ao período de ensino clínico. Ambas apresentaram baixa densidade com 122 e 147 nós, respetivamente, dos 399 possíveis. Verificou-se a existência de uma maior interação entre os atores durante o ensino clínico. Em ambas as redes 3 dos atores assumiram posições centrais com valores de *outdegree* de entre 13 e 19 fluxos e *indegree* entre 9 e 19 fluxos. Relativamente às dinâmicas subjacentes, verificou-se um reconhecimento da importância desta cooperação com os efeitos inscritos nas potencialidades como a possibilidade de desenvolvimento pessoal e profissional para os envolvidos. Concluiu-se que embora estruturalmente pouco densas, as redes foram consideradas de extrema importância para os atores que nela participaram. Emergiu a sugestão de melhoria das dinâmicas destas redes alargando e diversificando as atividades a desenvolver no futuro.

Palavras-chave: redes de cooperação, formação, enfermagem, cuidados paliativos.

Abstract

The palliative care learning experience here discussed, was based on a cooperation process that involved higher education institutions and health services. The purpose was the acquisition of skills closer to the real context. The goal was to analyse the dynamics of cooperation and the relations established among the actors during nursing students training in the context of palliative care. This study was conducted in a higher education organization and two health organizations. The sample included twelve undergraduate nursing students attending the Curricular Unit and Clinical Teaching of Palliative Care Nursing, seven nurse practitioners with specific training in palliative care and one teacher. Data were collected through a sociometric survey and structured interviews, applied after the end of the activities. The sociometric data analysis was performed in the Ucinet 6 V. 6,628 and Netdraw V. 2.160 Program, qualitative data was performed in the NVivo 11 Program. The results showed the existence of two distinct networks of shared information, corresponding to the theoretical period and clinical teaching. Both presented a low density with 122 and 147 nodes respectively, out of possible 399 nodes. It was verified the existence of a greater interaction between the actors during the clinical teaching. In both networks, 3 of the actors assumed central positions with *outdegree* values between 13 and 19 flows, and *indegree* between 9 and 19 flows. The underlying dynamics revealed the importance of this cooperation with effects such as the possibility of personal and professional development for those who were involved. The conclusions showed that, despite of their low density, the networks were considered important for the actors included. They suggest the improvement of the dynamics of these networks, diversifying the activities to be developed in the future.

Keywords: cooperation networks, education, nursing, palliative care.

Introdução

As redes de cooperação tecidas no contexto da formação são produzidas através da composição de intrincadas relações, imersas em contextos onde a identidade profissional está subjacente ao sistema de ação coletiva. A aprendizagem do cuidado é assim alicerçada no cruzamento de saberes oriundos de contextos organizacionais distintos mas convergentes, onde a formação superior junta caminhos enredados com as organizações de saúde, para que a aquisição de competências seja efetuada próximo do real.

Tais dinâmicas ancoradas nos sistemas de ensino e de saúde encerram complexidades, muitas vezes agravadas pela especificidade dos contextos sociais onde os vários atores se movem, como é o caso dos cuidados paliativos, mas onde a busca do bem comum é presença constante no quotidiano.

Atualmente é cada vez mais necessário desenvolver competências, que permitam aos futuros profissionais de saúde responder com cuidados de qualidade às necessidades da sociedade. A este propósito, o Plano Estratégico para o Desenvolvimento de Cuidados Paliativos (Ministério da Saúde, 2016b) destaca a necessidade da prestação de cuidados que vão desde a abordagem paliativa aos cuidados especializados, devendo ser promovida a formação pré e pós graduada em cuidados paliativos.

O trabalho que aqui apresentamos, teve como objetivo analisar as dinâmicas de cooperação que sustentaram as relações estabelecidas entre os atores no âmbito da formação dos estudantes de enfermagem em contexto de cuidados paliativos.

A investigação desenvolvida está sustentada numa experiência de cooperação, objetivada e materializada para a formação pré-graduada em enfermagem. Para tal, identificámos a estrutura e analisámos as dinâmicas subjacentes à rede consubstanciada enquanto suporte da formação teórica e prática.

1. Cooperação, Redes Sociais e Ação Coletiva

Sob o olhar de quem aprende e de quem ensina, num contexto, onde os laços são tecidos na (im)previsibilidade dos quotidianos, as competências são construídas e sustentadas na égide das potencialidades e constrangimentos que compõem esta rede.

Cada vez mais as estratégias de cooperação e a ação coletiva são alvo de curiosidade e análise.

Várias são as evidências, principalmente no âmbito empresarial de que esta prática tem potencialidades na busca do alcance da competitividade (Balestrin, Verschoore & Peruci, 2014; Reed, 2001).

O questionamento das abordagens individualistas está na ordem do dia, numa sociedade em rede, a estrutura egocentrada da organização coloca-a em risco. Balestrin, Verschoore & Peruci (2014) alegam que é mais fácil atingir uma posição de melhor competitividade a partir de uma estratégia de colaboração e partilha de recursos, tal como já foi aludido por Corvelo & Moreira (2002). Uma estratégia de atores sustentada na cooperação e partilha de recursos é mais eficaz e está ainda associada à redução de custos bem como ao aumento da confiança entre os envolvidos.

Esta nova visão traz à reflexão as posturas mais tradicionais, não só no campo da indústria, mas também em realidades organizacionais de outro cariz, igualmente expostas à competitividade.

Também a ação estratégica sob o ponto de vista de Crozier & Friedberg (1977), associada aos trabalhos de Castells (2000, 2012), conduzem a uma visão inovadora que impulsiona a dinâmica cooperativa e a ação coletiva social e tecnológica. A necessidade de lutar por interesses análogos e alcançar o bem comum, evitando também males individuais, leva as organizações com interesses semelhantes ou convergentes a adotarem estratégias de ação coletiva.

No âmbito do ensino superior, também cada vez mais a cooperação e o trabalho em rede são uma realidade. Não só pela necessidade de dar resposta às aprendizagens dos estudantes de formação pré-graduada, e de outros níveis de formação, como para responder a outros desafios, as Universidades e Politécnicos estabelecem parcerias e protocolos de cooperação que visam concomitantemente responder às necessidades das comunidades onde se inserem.

Também no âmbito da investigação, tão associada a estas organizações de ensino, tal estratégia é hoje uma realidade pois a própria União Europeia tal recomenda. Podemos referir como exemplo, o parecer do Comité Económico e Social Europeu no âmbito do Horizonte 2020 nos Roteiros para o Envelhecimento, onde é referido que a investigação europeia sobre o envelhecimento e as alterações demográficas deve ser realizada a longo prazo e ter um carácter interdisciplinar, transnacional ou, pelo menos, comparável (Heinisch, 2012).

Face ao exposto, verificamos que muitos e diversificados são os desafios com os quais as organizações de ensino superior se confrontam. Estanto vocacionadas para a produção e disseminação do conhecimento, um dos seus focos principais continua a ser a formação de profissionais competentes que contribuam para a qualidade dos serviços onde se inserem e conseqüentemente para o crescimento de todos.

Estando a formação de redes de cooperação associada à estratégia de criação de valor e capital social, susceptíveis de gerar benefícios não só para os envolvidos mas ao mesmo tempo que extravase a própria rede, é o desenvolvimento desse tipo de arranjos.

No setor da saúde várias têm sido as experiências onde as redes de cooperação proliferam. A formação em enfermagem, por exemplo, desde sempre esteve muito ligada aos contextos das organizações de saúde e ao longo dos tempos, as estratégias de interligação entre teoria e prática alteraram-se. Contudo, inquestionavelmente a formação continua a fazer-se nos dois contextos, seja na formação pré como pós graduada. Para tal basta verificarmos os vários planos de estudo disponíveis não só em Portugal como em outros países nomeadamente na Europa, onde os ensinamentos clínicos/estágios estão presentes, muitas vezes até passíveis de serem efetuados através do Programa Erasmus.

Tais estratégias foram já alvo de investigação e análise, nomeadamente no que diz respeito à articulação entre a Escola e as organizações de saúde de uma região abordadas por Arco & Silva (2013), trabalho efetuado em torno das redes formais e informais estabelecidas para a formação em enfermagem.

Numa dimensão micro, também a análise das redes de supervisão formadas no âmbito da formação em cuidados continuados, foram trabalhadas por Arco & Pedro (2015). Também os Cuidados Paliativos dispõem de uma rede própria consagrada na Lei de Bases dos Cuidados Paliativos, Lei n.º 52/2012, de 5 de setembro (Assembleia da

República, 2012), recentemente foram alvo de alterações legislativas nomeadamente no que se refere à operacionalização desta rede na Portaria n.º 340/2015, de 8 de outubro (Ministério da Saúde, 2015), alterada pela Portaria n.º 165/2016, de 14 de junho (Ministério da Saúde, 2016c), e Despacho n.º 7824/2016, de 15 de junho (Ministério da Saúde, 2016a). Este movimento trouxe à ribalta uma necessidade consagrada, mas ainda aquém na realidade Portuguesa, a formação específica na área.

2. Formação em Cuidados Paliativos

Segundo a Organização Mundial de Saúde os Cuidados Paliativos “melhoram a qualidade de vida dos doentes e das suas famílias que enfrentam os problemas associados com doenças que colocam em risco a vida, pela prevenção e alívio do sofrimento, por meios de identificação precoce e avaliação rigorosa, e tratamento da dor e outros problemas físicos, psicossociais e espirituais.” (World Health Organization [WHO], 2017). Devem ser prestados com base nas necessidades dos doentes e não com base no seu diagnóstico (Skilbeck & Payne, 2004). Devem, também, ser desenvolvidos em todos os níveis de um sistema de saúde e podem estar organizados numa estratificação de diversos níveis, consoante a complexidade dos cuidados prestados Radbruch, L., & Payne, S. (2009, 2010):

- Abordagem paliativa - integração de princípios, métodos e procedimentos de cuidados paliativos em serviços que não são de cuidados paliativos. Inclui medidas farmacológicas, não farmacológicas, comunicação com o doente, família e outros profissionais. Implica que os profissionais envolvidos tenham conhecimentos de cuidados paliativos.
- Cuidados paliativos generalistas - prestados por profissionais envolvidos em cuidados paliativos, mas que não exercem exclusivamente nesta área. Possuem conhecimentos em cuidados paliativos e podem aportar este conhecimento para os cuidados que prestam.
- Cuidados paliativos especializados - prestados por profissionais especializados em cuidados paliativos a doentes com problemas complexos. Prestados por uma equipa multiprofissional, com formação específica na área, com um método de

trabalho interdisciplinar e atende a doentes com necessidades em cuidados paliativos mais complexas.

- Centros de excelência - prestam cuidados paliativos em diversos contextos como o hospitalar, domiciliário, assessoria e contribuir para a formação e investigação em cuidados paliativos. Com o seu trabalho de educação e investigação devem desenvolver novos conhecimentos e métodos.

Radbruch, L., & Payne, S. (2009, 2010) e a EAPC (European Association of Palliative Care) recomendam, ainda, que pelo menos os níveis de Abordagem Paliativa e Cuidados Paliativos Especializados devem estar presentes em qualquer programa a desenvolver. Para que tal aconteça, é essencial todos os profissionais de saúde que lidam com doentes com doenças crónicas e avançadas possuam formação na área. São precisamente estes níveis que o Plano Nacional Estratégico para o Desenvolvimento de Cuidados Paliativos (Ministério da Saúde, 2016b) identifica enquanto polos a dinamizar em Portugal, destacando a necessidade de promover a formação pré e pós graduada em cuidados paliativos, estando esta ancorada nas dimensões teórica e prática.

Já em 2003 o Conselho das Recomendações Europeias do Comité de Ministros para os Estados Membros recomendava o desenvolvimento de programas de formação em cuidados paliativos em todos os cursos pré graduados de medicina e enfermagem (Council of Europe, 2003), formação essa, com aspetos comuns a diversos grupos profissionais (Gamoini, Larkin & Payne, 2013a). Com base nessa mesma formação, os profissionais de saúde poderiam identificar precocemente as necessidades em cuidados paliativos, não só dos doentes como das suas famílias, e efetuar uma abordagem paliativa eficaz (Ministério da Saúde, 2016b).

Apesar das diretivas, verifica-se que a maioria dos profissionais de saúde não possui qualquer tipo de formação em Cuidados Paliativos (Connor & Bermedo, 2014). Também em Portugal o ensino dos cuidados paliativos nos cursos, da área da saúde em geral, e em particular da enfermagem encontra-se aquém do desejado. Em Portugal, apenas 15 dos 38 planos de estudos de licenciatura em enfermagem analisados incluem uma cadeira de cuidados paliativos, destes 15 planos de estudo, em 60% deles a cadeira de cuidados paliativos é de cariz obrigatório (Pereira, Hernández-Marrero & Madureira, 2016). Esta lacuna na educação, pré e pós graduada, dos profissionais de saúde é considerada como uma das barreiras para o sucesso da implementação de um programa

de cuidados Paliativos (Aldridge *et al.*, 2016). A formação de enfermeiros, que cuidam de pessoas durante todo o ciclo de vida, em cuidados paliativos contribui para uma mudança nas prioridades dos cuidados a prestar a doentes com necessidades em cuidados paliativos, focando-se no bem-estar, alívio do sofrimento e qualidade de vida dos doentes (Carvalho, Lunardi, Silva, Vasques & Amestoy, 2017).

Nesta sequência e face ao desafios atuais na área, abordar a ação concreta e a aposta numa formação específica, torna-se crucial para o delinear de estratégias que nos permitam melhorar os processos. Foi neste sentido que delineámos o roteiro de estudo sustentado no objetivo de identificar a estrutura e analisar as dinâmicas subjacentes à rede consubstanciada enquanto suporte da formação teórica e prática em cuidados paliativos, circunscrita a um caso específico de ação.

3 . Opções Metodológicas

A opção pelo estabelecimento de redes de cooperação na formação em enfermagem, é uma prática antiga, mas crucial para a construção de competências dos profissionais, no caso dos cuidados paliativos, pelas carências verificadas, tal constitui uma necessidade onde a compreensão da estrutura de relações que se estabelecem entre diferentes atores coloca desafios para os quais será necessário a curto prazo, inventariar respostas.

Ancorados no objetivo geral enunciado, traçámos como objetivos específicos, identificar a perceção dos enfermeiros orientadores, professores e estudantes acerca da cooperação estabelecida enquanto elemento potenciador da formação do estudante de enfermagem no âmbito dos cuidados paliativos; identificar as interações estabelecidas e resultantes do posicionamento dos atores na rede; caracterizar as perspetivas dos intervenientes acerca das potencialidades, constrangimentos e efeitos da estratégia de cooperação e ainda analisar em que medida a rede de cooperação poderá ser promotora da difusão de saberes.

Quando se faz análise de redes sociais, a delimitação da rede é essencial (Molina, 2001), uma vez que a conduta dos atores e a consequência dos eventos são vistos como parcialmente dependentes da existência dos nós. A especificação formal para os critérios utilizados para a definição dos limites da unidade de análise é de extrema importância, podendo ser indicado o critério realista (que parte da perceção por parte dos atores da existência de uma unidade social preexistente) e o critério nominalista,

imposto pelo investigador. No caso da investigação efetuada foi adotado o critério nominalista, considerando-se a delimitação temporal (ano letivo de 2016-2017), e geográfica, contemplando o distrito de inserção da escola e organizações de saúde em estudo.

Selecionámos enquanto unidade de análise, três organizações (uma de ensino superior e duas de saúde, nomeadamente hospitais com as quais existe protocolo de cooperação para a formação), integrando o estudo doze estudantes do Curso de Licenciatura em Enfermagem que frequentaram a Unidade Curricular de Enfermagem em Cuidados Paliativos e efetuaram também o Ensino Clínico de Enfermagem em Cuidados Paliativos, sete enfermeiros orientadores com formação específica em cuidados paliativos, que colaboraram na supervisão e um professor que esteve na génese e desenvolvimento do processo.

As organizações envolvidas autorizaram o estudo, os participantes foram contactados individualmente no sentido de obter a sua colaboração de forma voluntária, tendo para tal sido disponibilizado o consentimento informado que assinaram.

O protocolo foi ainda submetido à Comissão de Ética para a Saúde, tendo obtido parecer favorável (Informação n.º 2/2017, Doc. 50, Ata 10).

A pesquisa desenvolvida assentou no conceito de rede social, estruturante tendo em conta o modelo analítico utilizado, contudo, no intuito de triangular a informação, remetemo-nos para a escolha de diversos procedimentos que permitissem a descrição e explicação do fenómeno ligando técnicas, elementos teóricos e epistemológicos que nos permitiram delinear e operacionalizar a aproximação à realidade. Optámos pela construção de um questionário sociométrico, alicerçado em trabalhos já anteriormente desenvolvidos (Arco, 2010; Arco & Silva, 2013; Arco & Pedro, 2015) e por uma entrevista estruturada e sustentada nos objetivos enunciados, que aplicámos aos participantes após terminarem as atividades letivas.

A análise relativa aos dados sociométricos foi efetuada no Programa Ucinet 6 V. 6.628 e Netdraw V. 2.160.

A análise dos dados sociodemográficos e dados qualitativos foi efetuada no Programa NVivo 11. A perspetiva teórica que norteou a análise de conteúdo de cariz temático foram as perspetivas de Bardin (2009). Os temas e categorias analíticas emergiram por dedução e indução procurando observar as regras da exautividade, objetividade e

pertinência. Efetuou-se ainda a pesquisa por palavras significativas, utilizando-se para tal uma componente quantitativa

4. Resultados

O Plano Nacional Estratégico para o Desenvolvimento de Cuidados Paliativos prevê que os profissionais de saúde (médicos, enfermeiros, psicólogos e assistentes sociais) tenham formação básica na área. Todos os profissionais de saúde que lidam regularmente com pessoas com doença incurável, progressiva e avançada devem possuir formação intermédia. Os profissionais cuja atividade principal seja desenvolvida em equipas de cuidados paliativos devem possuir formação avançada (Ministério da Saúde, 2016b).

Sendo essencial tal formação, apesar de não ser transversal, algumas organizações de ensino apostam já nesta formação ao nível dos cursos de licenciatura, como é o caso aqui em estudo.

As organizações aqui envolvidas, constroem relações de cooperação, mediadas por protocolos e alicerçadas numa longa relação de interação e confiança. Hoje são também mobilizadas pela necessidade de responder aos desafios sociais. Numa estratégia de ação coletiva, onde cada um goza da sua margem de liberdade (Crozier & Friedberg, 1977), a necessidade de gerar bem comum e produzir capital social, fala mais alto, aliando desta forma recursos para fazer face às necessidades e e aos desafios emergentes.

A construção de competências a partir da partilha de recursos diversificados, mas onde a interação e difusão de informação é essencial, dá lugar ao estabelecimento de redes cuja estrutura e dinâmica é necessário descurtinar.

Ao analisarmos os atributos dos atores que integraram estas redes, verificamos que se tratava de 1 professor pertencente à organização de ensino superior, 7 enfermeiros, 5 pertencentes a uma organização de saúde e 2 a outra, sendo estas hospitais com unidades onde se prestam cuidados paliativos. A média de idades dos responsáveis pelo processo formativo era de 39,6 anos, sendo maioritariamente do género feminino, tal como é apanágio da profissão de enfermagem em termos de predominância de género. Relativamente a habilitações literárias variaram entre a Licenciatura e Doutoramento,

mas todos tinham formação específica em Cuidados Paliativos. A média no que diz respeito ao tempo de serviço foi de 16,6 anos o que nos remete para profissionais com larga experiência.

Relativamente aos estudantes a distribuição em termos de género foi semelhante, sendo 6/6. A média de idades foi de 24 anos.

Como as unidades curriculares que sustentaram o processo aqui em estudo decorreram em dois períodos sequenciados, primeiro um período mais teórico incluindo simulação em laboratório efetuado na escola (Rede T.) e posteriormente um período de ensino clínico efetuado nas organizações de saúde (Rede E.C.), identificámos duas estruturas distintas de redes de partilha de informação, Fig. 1.

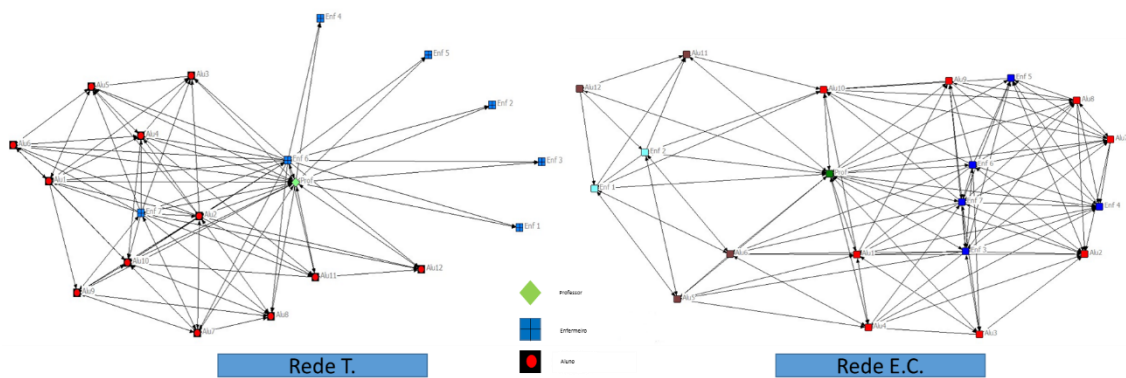


Figura 1: Comparação entre as redes de partilha de Informação em período teórico e ensino clínico

Ao observármos a Figura 1, verificamos um comportamento estrutural diferente nas duas redes, pelo que quisemos aprofundar o conhecimento sobre as interações estabelecidas resultantes do posicionamento dos atores na rede. Efetuámos a análise destes dados, recorrendo á elaboração de matrizes de tipologia quadrada, igual e normal tal como é preconizado por Alejandro & Norman (2005).

Apesar de se tratar de uma experiência já com quatro anos, ainda verificamos que estas redes apresentam uma densidade baixa, pois dos 399 laços possíveis, na rede teórica apenas se verificam 122 e na de ensino clinico 147. Á semelhança do que se verifica em outras áreas de especialidade (Arco & Pedro, 2015) também no âmbito dos cuidados paliativos se verifica uma maior interação entre os atores durante o ensino clínico. Pensamos que tal se deve ao facto de alguns dos enfermeiros orientadores que cooperam na supervisão, não colaborarem com a escola durante o periodo teórico.

Explorando ainda estas redes em termos de medidas de centralidade, verificamos que quer na rede teórica, quer na rede de E.C., os atores Professor, Enfermeiro 6 e Enfermeiro 7, assumem posições centrais com valores de *outdegree* de entre 13 e 19 fluxos e *indegree* entre 9 e 19.

Ao observarmos o grafo representativo da Rede E.C. podemos ainda verificar duas regiões perfeitamente delimitadas, a região da esquerda constituída pelos Enfermeiros 1 e 2 e Alunos 5, 6, 11 e 12. Este constitui o grupo de supervisores e alunos de um dos hospitais, já na região mais à direita, estão representados numa estrutura mais densa os Enfermeiros 3, 4, 5, 6, e 7, bem como os Alunos 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9 e 10. De destacar que o Professor e Alunos 1, 4 e 10, fazem a ponte entre as duas redes. De referir que estes alunos apresentam valores de fluxos de emissão e receção de informação da ordem dos 10/11, fazendo ainda a ponte entre os alunos que estavam a realizar o ensino clínico no outro hospital.

Desocultada a estrutura é essencial compreender as dinâmicas subjacentes ao posicionamento dos atores na rede (Varanda, 2000; Molina, 2001), para tal explorámos os efeitos dessa estrutura no comportamento dos atores que, embora não sendo determinista poderia apontar e ajudar a explicar recorrendo aos dados qualitativos contidos nos discursos dos participantes.

Começámos por identificar a perceção dos enfermeiros orientadores, professores e estudantes acerca da cooperação estabelecida enquanto elemento potenciador da formação do estudante de enfermagem no âmbito dos cuidados paliativos.

Ao fazermos a busca dos conceitos presentes nos discursos, verificamos que os conceitos de “*cuidados*” eram referidos 28 vezes, “*profissionais*” 26, “*cooperação*” 23, “*paliativos*” 22, “*unidade*” e “*alunos*” 19 e “*prática*” 14.

Ainda na senda de perceber como a cooperação estabelecida influenciava a formação, todos os participantes responderam, sendo que emergiram da análise temática efetuada à categoria “*Cooperação enquanto elemento potenciador da formação*”, duas subcategorias uma direcionada para as “*implicações no desenvolvimento dos estudantes*” outra para as “*implicações no desenvolvimento dos profissionais*”.

Relativamente ao desenvolvimento dos estudantes, os participantes consideraram que a cooperação é adequada, mediada por relações fortes entre a escola e as unidades de saúde, o que promove a formação do estudante, sendo esta mais próxima do real.

“Há um elo bastante forte entre a escola e a unidade e a escola motiva bastante os alunos a apostar na sua formação nesta área” (Estudante 10)

“A cooperação estabelecida traz para o estudante uma percepção real e atualizada do que são os cuidados paliativos e o trabalho que se desenvolve nessas mesmas unidades o que faz aumentar e melhorar a formação do estudante nessa área” (Estudante 4)

Relativamente às “*Implicações no desenvolvimento dos profissionais*”, verificámos que os participantes consideraram que a cooperação era benéfica para os estudantes ao aprender com profissionais experientes e com formação avançada na área, que participavam não só nas aulas teóricas e teórico-práticas, mas também nos ensinamentos clínicos. Tal, ao mesmo tempo constituía uma oportunidade de desenvolvimento para os próprios profissionais, pois esta cooperação efetivada através de uma interação mais estreita, obrigava os próprios profissionais a efetuar atualizações constantes.

“Penso que esta cooperação é benéfica para ambas. Os alunos podem aprender com profissionais experientes, o que facilita a relação entre a aprendizagem teórica e a prática. Obriga, também, aos profissionais uma atualização permanente dos seus conhecimentos” (Enfermeiro 7)

Ainda dentro desta categoria, emergiu a subcategoria “*Articulação teoria-prática*”, tendo-se verificado que os intervenientes neste estudo percebiam esta interação como promotora da ponte entre os conhecimentos teóricos atualizados e a realidade vivenciada nos quotidianos das unidades de cuidados paliativos, de certa forma, tal veio triangular a elevada presença de conceitos como “*cuidados*”, “*profissionais*” e “*prática*”, assim como uma maior interação e número de relações estabelecidas na Rede E.C.

“Sem dúvida uma mais-valia, pois permite aos estudantes obter conhecimentos atualizados no âmbito dos cuidados paliativos e ao mesmo tempo fazer a ponte com a prática e com quem se encontra no terreno”. (Enfermeiro 5)

“Considero que seja bastante vantajoso, e enquanto aluna de enfermagem é extremamente importante termos noções, na componente prática, do contexto real de prestação de cuidados paliativos”. (Aluno 2)

Quanto à categoria “*Existência da unidade curricular de cuidados paliativos*”. Todos os respondentes, alunos, enfermeiros e professor, consideraram essencial a existência da mesma. As razões apontadas foram de várias ordens, não só porque cuidados paliativos

são transversais a vários contextos de saúde, como pelo facto de neste momento a aposta na formação constituir uma recomendação a nível nacional (Assembleia da República, 2017). Considerando ainda que face a tal possibilidade estes estudantes estarão bem preparados para o mercado de trabalho.

“É de extrema importância a existência de uma unidade curricular que inclua conteúdos programáticos de cuidados paliativos, uma vez que os Cuidados Paliativos definem-se como uma abordagem multidisciplinar que se destina a melhorar a qualidade de vida os doentes e suas famílias que enfrentam doenças graves e incuráveis. Cuidados estes que têm que abranger toda a população que necessita destes cuidados. Os profissionais têm que estar preparados para tal desde o início da carreira”. (Enfermeiro 6)

“Vem dar resposta a várias recomendações nacionais e internacionais e capacitar os alunos para a prestação de medidas paliativas. Num momento de expansão dos cuidados paliativos em Portugal estes alunos estarão melhor preparados para o mercado de trabalho”. (Enfermeiro 7)

“É essencial para a construção de competências do futuro enfermeiro e vai ao encontro da legislação atual” (Professor)

“Na minha opinião é muito importante existir este tipo de unidade curricular lecionada na escola, visto que os cuidados Paliativos correspondem a uma área muito específica que nos faz colocar em prática a nossa componente mais humana. E também porque noutros serviços deparamo-nos com doentes paliativos e temos que saber prestar”. (Aluno 2)

“É essencial ser abordada esta temática, uma vez que é cada vez mais importante apostar nesta área devido ao envelhecimento da população e ao aparecimento de cada vez mais doenças crónicas e oncológicas”. (Aluno 10)

Relativamente à unidade curricular, trata-se de uma disciplina de opção, tendo sido salientado a necessidade desta temática não constituir apenas uma opção e ser alargada a todos os estudantes.

“Uma unidade curricular que inclua conteúdos paliativos certamente seria benéfico para qualquer estudante de enfermagem em vez de apenas ser uma disciplina de opção”. (Aluno 12).

Relativamente ao tema “*Estratégia Adotada*”, a análise foi efetuada em torno de duas categorias a primeira sobre a “*participação de profissionais dos contextos da prática*”

nas aulas teóricas” e a segunda “*cooperação para a realização do ensino clínico*”, da análise desta última categoria emergiram por indução duas subcategorias, uma relativamente ao “*aluno*” e outra relativamente aos “*orientadores clínicos*”, em ambas foram ainda apontadas potencialidades e constrangimentos desta cooperação.

Quanto à participação de profissionais oriundos dos contextos de prática nas aulas teóricas, teórico-práticas e de prática laboratorial, foi considerado como uma potencialidade por todos os participantes no estudo.

“Os estudantes precisam de ouvir por quem está na prática que a teoria dada em sala de aula tem importância e é aplicada. Por isso nada melhor que os enfermeiros que estão no exercício para comprová-lo”. (Enfermeiro 5)

“Considero que é bastante produtivo para a nossa aprendizagem, visto que deste modo temos uma melhor percepção dos cuidados e situações decorrentes nas unidades de cuidados paliativos”. (Aluno 1).

“É de extrema importância o testemunho dos profissionais nas aulas teóricas. Torna a aula muito interessante e apelativa”. (Aluno 3)

Ainda dentro das potencialidades apontadas, os estudantes consideram importante a participação destes profissionais nas aulas porque desta forma quando vão para ensino clínico sentem-se mais próximos da realidade e até dos profissionais de saúde, facilitando a integração e a adaptação, prevenindo o *gap* teoria-prática.

“A participação dos profissionais é boa na perspectiva que nos transmitem experiências enriquecedoras e reais. Transmitem-nos a verdade das situações e dos cuidados paliativos”. (Aluno 6)

“Só traz potencialidades, já que quando iniciado o ensino clínico já conhecemos alguns profissionais pertencentes à equipa multidisciplinar o que facilita todo o processo de integração”. (Aluno 9).

Como constrangimento foi referido que por vezes existe dificuldade em conciliar o horário dos profissionais com o horário das aulas.

“A participação de profissionais nas aulas é altamente recomendada para fazer a ponte entre os domínios cognitivo e prático. O maior constrangimento está relacionado com a conciliação dos horários das aulas e dos turnos”. (Enfermeiro 7).

Já no que diz respeito à categoria “*Cooperação em Ensino Clínico*” e quanto à subcategoria “*alunos*” foi salientada a necessidade de acompanhamento do aluno não só

por parte do professor como do enfermeiro orientador, pois só assim a formação seria efetuada de forma sustentada o que permitiria a aquisição de competências.

“O ensino clínico (bem como uma unidade curricular de C.P.), numa unidade de cuidados paliativos permite que os estudantes encarem a profissão de enfermagem numa perspetiva não só curativa, mas também paliativa”. (Enfermeiro 6)

“Devido tanto ao acompanhamento e supervisão do professor responsável pelo ensino clínico, como por parte do enfermeiro orientador e articulação e partilha de conhecimentos, saberes e experiências é a principal base para a formação dos estudantes que frequentam a unidade curricular”. (Aluno 2).

Quanto à subcategoria “*orientador*”, dos discursos analisados sobressaem as potencialidades de desenvolvimento para todos os envolvidos, inclusivamente para o próprio orientador clínico, pois além de promover a reflexão crítica sobre os cuidados, estará ainda subjacente a componente ética dos mesmos.

“O acompanhamento dos alunos potencia o espírito crítico, construtivo e reflexivo do orientador”. (Enfermeiro 3)

“Potencialidades - Desenvolvimento de todos os envolvidos”. (Professor)

Contudo também foram reconhecidos alguns constrangimentos como a necessidade de manter o sigilo profissional apesar dos casos apresentados, a pequena capacidade dos campos de estágio [pela especificidade das situações] e os custos inerentes ao processo.

“Como constrangimento a pequena capacidade dos campos de estágio para receberem tantos alunos”. (Enfermeiro 7)

“Constrangimentos – custos”. (Professor)

Identificados os efeitos da estratégia de cooperação quisemos perceber em que medida a rede de cooperação poderá ser promotora da difusão de saberes, pelo que quisemos perspetivar o futuro da rede de cooperação para a formação em cuidados paliativos, sustentados nas sugestões apontadas pelos participantes.

Dos 20 participantes, só 16 efetuaram sugestões, sendo estas agrupadas em duas grandes subcategorias, uma relacionada diretamente com o “*Ensino Clínico*” e outra com a “*Melhoria do Processo de Cooperação Existente*”.

Relativamente ao ensino clínico, as sugestões prenderam-se com a duração e sequência do mesmo, sendo observado o constrangimento causado pelas pausas letivas, como por exemplo as férias e ainda a necessidade de aumentar a duração do mesmo.

“O estágio deveria ser mais longo. Não deveria ser interrompido por férias”.
(Enfermeiro 1)

“Poderia existir mais tempo de ensino clínico). (Aluno 6)

Quanto à melhoria da cooperação existente, as sugestões emergem em três dimensões, uma que chama a atenção para a necessidade de envolvimento de mais colegas/enfermeiros das unidades de cuidados paliativos no processo de cooperação; especificação do protocolo de cooperação, nomeadamente o estabelecimento de um protocolo próprio com as unidades cooperantes; por último, o alargamento das atividades, estendendo a formação a outros níveis e grupos alvo e o desenvolvimento de atividades de investigação conjuntas (entre a escola e as unidades de cuidados).

“Continuar e envolver cada vez mais os colegas que estão no exercício na formação dos estudantes”. (Enfermeiro 5)

“Estabelecer o "protocolo de cooperação entre a escola e a unidade de cuidados paliativos". (Enfermeiro 6)

“Desenvolver outras atividades formativas em colaboração e com um público-alvo (estudantes e profissionais) mais alargado” (Enfermeiro 7)

“Potenciar esta cooperação e estender a outros níveis como por exemplo outros níveis de formação e investigação”. (Professor)

Os dados aqui apresentados, revelam-nos constrangimentos que poderão ser explicativos da baixa densidade das redes tanto a Rede T. como a Rede E.C., tais como a dificuldade em conciliar horários dos profissionais oriundos dos contextos clínicos e a necessidade de alargar a rede a mais profissionais, bem como alargar as atividades o que poderá talvez no futuro aumentar o número de interações e de fluxos de informação.

Já em 2006 a Associação Portuguesa de Cuidados Paliativos elaborou um conjunto de recomendações que possam garantir que um curso de formação em cuidados paliativos cumpre os requisitos mínimos para ser considerado como tal. Estas recomendações especificam quais as competências a adquirir consoante o nível de formação. Também o Plano Estratégico para o Desenvolvimento dos Cuidados Paliativos – Biénio 2017-2018 (Ministério da Saúde, 2016b) salienta a importância da formação e nomeadamente a formação pré-graduada aqui em debate.

Para além das competências a desenvolver existem outros aspetos da formação pré-graduada que devem ser observados, como a participação de profissionais oriundos dos

contextos clínicos, pois tal estratégia é promotora da proximidade do sistema de ensino e de saúde, aproximando a formação à realidade e necessidades existentes (Pastrana, Wenk & Lima, 2016). Pelos dados aqui apresentados, a experiência aqui retratada, já contempla estas recomendações, havendo no entanto um longo caminho ainda a percorrer.

5. Conclusão

Assumindo que existe um *deficit* de conhecimento sobre cuidados paliativos em enfermagem fica claro que existe necessidade de apostar na formação, tanto a nível pré graduado como pós graduado. A melhoria na formação e, conseqüentemente, dos cuidados prestados terá de assentar numa colaboração internacional, na pesquisa, educação e prática (Sheehan & Malloy, 2010). Porque os cuidados paliativos constituem uma filosofia de cuidados e porque devem ser prestados em qualquer nível assistencial, todos os profissionais devem possuir formação na área (Gamondi, Larkin & Payne, 2013a).

É desejável que os currículos incorporem as competências, mas também que sejam adaptados às realidades do sistema de ensino e sistema de saúde do país onde forem desenvolvidos (Pastrana, Wenk & Lima, 2016). Uma equipa de formadores interdisciplinar, composta por profissionais de saúde e académicos, pode mais facilmente ensinar aos alunos as competências chave de cuidados paliativos. Ainda que tal abordagem possa compor um desafio, é mais vantajosa para a aquisição de conhecimentos (Gamondi, Larkin & Payne, 2013b).

Tais pressupostos, remetem-nos para uma formação onde os processos de cooperação em rede, têm subjacente uma ação estratégica respeitante dos processos identitários e da individualidade dos atores e das organizações envolvidas. Neste caso as margens de liberdade terão que ser negociadas com vista à formação de capital social e do bem-comum (Crozier & Friedberg, 1977; Coleman, 1988).

O caso aqui em análise colocou em evidência atores que operacionalizaram e modelaram a cooperação no âmbito da formação e do desenvolvimento da enfermagem,

foi nosso objetivo apreender esta realidade social através da identificação das estruturas e análise das dinâmicas, para assim nos podermos aproximar das lógicas de cooperação e das estratégias de ação para formação em enfermagem no âmbito dos cuidados paliativos.

A partilha de recursos ancorada nos protocolos estabelecidos e na historicidade das relações entre as organizações de saúde e escolar cruzaram valores simbólicos ligados à profissão e aos cuidados que mediaram a ação individual.

Embora estruturalmente pouco densas, as redes de partilha de informação tanto no período teórico como em ensino clínico, foram consideradas de extrema importância para os atores que nela participaram. Houve um reconhecimento dos efeitos enquanto inscritos nas potencialidades como a possibilidade de desenvolvimento pessoal e profissional quer para os estudantes como para os profissionais envolvidos, embora persistam constrangimentos como a dificuldade de conciliação de horários.

Pelos resultados do estudo, sustentados nas sugestões dos participantes e ainda face às exigências atuais no âmbito dos cuidados paliativos, pensamos que esta rede tem futuro. O debate associado à discussão sobre os constrangimentos encontrados na análise social, traz à ribalta o desafio da compreensão sobre a ação necessária para dinamizar a rede que é de partilha de recursos, mas que também é modelada formal e informalmente por processos solidários de cariz identitário e passíveis de constituir capital social.

Referências Bibliográficas

Aldridge, M., Hasselaar, J., Garralda, E., Eerden, M., Stevenson, D., *et al.* (2016). Education, implementation, and policy barriers to greater integration of palliative care: A literature review. *Palliative Medicine*, 30 (3), 224-239.

Alejandro, V. & Norman, A. (2005). *Manual introdutório à análise de redes sociais: Medidas de centralidade*. México: Universidad Autónoma del Estado de México / Universidad Autónoma Chapingo. Acedido em 25 de maio de 2017 em http://www2.unicentro.br/lmqqa/files/2016/05/Manualintrodutorio_ex_ucinet.pdf

Arco, H. & Pedro, A. (2015). Aprendendo o cuidado ao idoso: Dinâmicas das redes de cooperação para a formação em enfermagem. *RIASE – Revista Ibero-americana de Saúde e Envelhecimento*, 1 (1), 53-68. Acedido em 25 de maio de 2017 em http://www.revistas.uevora.pt/index.php/saude_envelhecimento/article/view/46/34

Arco, H. & Silva, C. (2013). Tecendo redes: As relações interorganizacionais de cooperação na encruzilhada da formação em enfermagem. In Silva, C., Fialho, J. & Saragoça, J. (eds.), *Iniciação à análise de redes sociais: Casos práticos e procedimentos com UCINET* (pp. 214-242). Casal de Cambra: Caleidoscópio Edição e Artes Gráficas, S.A.

Arco, H. (2010). *Tecendo redes: As relações interorganizacionais de cooperação para a formação em enfermagem*. Évora: Universidade de Évora.

Assembleia da República (2012). Lei n.º 52/2012 – Lei de Bases dos Cuidados Paliativos. *Diário da República*, 1.ª série, n.º 172, 5119-5124.

Assembleia da República (2017). Resolução da Assembleia da República n.º 5/2017 – Recomenda ao Governo o reforço da formação em cuidados paliativos em Portugal. *Diário da República*, 1.ª série, n.º 3, 28.

Balestrin, A., Verschoore, J. & Peruci, A. (2014). A visão relacional da estratégia: Evidências empíricas em redes de cooperação empresarial. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 11 (1), 47-58.

Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Carvalho, K., Lunardi, V., Silva, P., Vasques, T. & Amestoy, S. (2017). Educational process in palliative care and the thought reform. *Invest. Educ. Enferm.*, 35 (1), 17-25.

Castells, M. (2000). *The rise of the network society: The information age: economy, society and culture*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

Castells, M. (2012). *Sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Caloust Gulbenkian.

Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *AJS*, 94 (Supplement), 95-170.

Connor, S. & Bermedo, M. (eds.) (2014). *Global atlas of palliative care at the end of life*. London: Worldwide Palliative Care Alliance. Acedido em 25 de maio de 2017 em http://www.who.int/nmh/Global_Atlas_of_Palliative_Care.pdf

Corvelo, S. & Moreira, P. (2002). *Cooperação interorganizacional: Das trajetórias às redes*. Lisboa: Inofo.

Council of Europe (2003). *Recommendation Rec (2003) 24 of the Committee of Ministers to member states on the organisation of palliative care*. Stockholm: EAPC East Coordination Centre. Acedido em 25 de maio de 2017 em <http://www.eapcnet.eu/LinkClick.aspx?fileticket=3KJ5U3BQLVY%3D&tabid=1709>

Crozier, M. & Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système*. Paris: Le Seuil.

Gamondi, C., Larkin, P. & Payne, S. (2013a). Core competencies in palliative care: An EAPC white paper in palliative care education – Part 1. *European Journal of Palliative Care*, 20 (2), 86-91.

Gamondi, C., Larkin, P. & Payne, S. (2013b). Core competencies in palliative care: An EAPC White Paper on palliative care education – Part 2. *European Journal of Palliative Care*, 20 (3), 140-145.

Heinisch, R. (rel.) (2012). Parecer do Comité Económico e Social Europeu sobre o «Horizonte 2020 — Roteiros para o envelhecimento» (parecer de iniciativa). *Jornal Oficial da União Europeia*, C 229 (03), 13-17. Acedido em 25 de maio de 2017 em http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_229_03.pdf

Ministério da Saúde (2015). Portaria n.º 340/2015 – Regula, no âmbito da Rede Nacional de Cuidados Paliativos, a caracterização dos serviços e a admissão nas equipas locais e as condições e requisitos de construção e segurança das instalações de cuidados paliativos. *Diário da República*, 1.ª série, n.º 197, 8732-8738.

Ministério da Saúde (2016a). Despacho n.º 7824/2016 – Criação e Nomeação da Comissão Nacional de Cuidados Paliativos. *Diário da República*, 2.ª série, n.º 113, 18798- 18801.

Ministério da Saúde (2016b). Despacho n.º 14311-A/2016 – Plano Estratégico para o desenvolvimento dos Cuidados Paliativos para o biênio 2017/2018. *Diário da República*, 2.ª série, n.º 228, 35360-(2)-35360-(6).

Ministério da Saúde (2016c). Portaria n.º 165/2016 – Primeira alteração da Portaria n.º 340/2015, de 8 de outubro, que regula, no âmbito da Rede Nacional de Cuidados Paliativos, a caracterização dos serviços e a admissão nas equipas locais e as condições e requisitos de construção e segurança das instalações de cuidados paliativos. *Diário da República*, 1.ª série, n.º 112, 1821-1825.

Molina, J. (2001). *El análisis de redes sociales: Una introducción*. Barcelona: Ediciones Belaterra.

Pastrana, T., Wenk, R. & Lima, L. (2016). Consensus-based palliative care competencies for undergraduate nurses and physicians: A demonstrative process with colombian universities. *Journal of Palliative Medicine*, 19 (1), 76-82.

Pereira, S., Hernández-Marrero, P. & Madureira, A. (2016). *Os cuidados paliativos na formação conducente ao exercício de profissões na área da saúde em Portugal*. Lisboa: OPCP – Observatório Português dos Cuidados Paliativos. Acedido em 30 de abril de 2017 em <http://www.ics.lisboa.ucp.pt/resources/Documentos/Observatorio/Os%20CP%20na%20Forma%C3%A7%C3%A3o%20Pr%C3%A9-Graduada%20em%20Sa%C3%BAde.pdf>

Radbruch, L., & Payne, S. (2009). White paper on standards and norms for hospice and palliative care in Europe : part 1. *European Journal of Palliative Care*, 16(6), (pp. 278-289).

Radbruch, L., & Payne, S. (2010). White Paper on standards and norms for hospice and palliative care in Europe : part 2. *European Journal of Palliative Care*, 17(1), (pp. 22-33).

Reed, M. (2001). Teorização organizacional: Um campo historicamente contestado. In Clegg, S. & Hardy, C., *Handbook de estudos organizacionais: Modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais – Volume 1* (pp. 61-98). São Paulo: Editora Atlas.

Sheehan, D. & Malloy, P. (2010). Nursing education. In Ferrel, B. & Coyle, N. (eds.), *Oxford textbook of palliative nursing* (3rd edition) (pp. 1193-1209). New York: Oxford University Press, Inc.

Skilbeck, J. & Payne, S. (2004). End of life care: A discursive analysis of specialist palliative care nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 51 (4), 325–334.

Varanda, M. (2000). Análise de redes sociais e sua aplicação ao estudo das organizações. *Revista Organizações e Trabalho*, 23, 87-106.

World Health Organization (2017). *WHO definition of palliative care*. World Health Organization. Acedido em 25 de maio de 2017 em <http://www.who.int/cancer/palliative/definition/en/>

DINÂMICAS INTRA-ORGANIZACIONAIS NUM SERVIÇO DE SAÚDE À LUZ DA ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

CARLA SANTANITA
CICS.NOVA.UÉvora, Universidade de Évora
carla_santanita@hotmail.com

JOAQUIM FIALHO
CICS.NOVA.UÉvora, ECS, Universidade de Évora
jfialho@uevora.pt

Resumo

A cooperação está presente na vida do ser humano desde a sua existência primordial, apontando assim para a colaboração entre pessoas, com o fim de alcançar objectivos comuns. Nas organizações uma maior cooperação pode conduzir a uma maior competitividade com outros grupos externos à organização, levando a que estas alcancem vantagens competitivas. O presente artigo resulta assim de uma investigação, que se centra na identificação do nível de cooperação numa equipa multidisciplinar num serviço de saúde de um hospital, tentando assim compreender as dinâmicas intra organizacionais subjacentes entre os diferentes actores, à luz da análise de redes sociais (ARS). Aborda-se assim nesta investigação, o conceito de redes sociais numa perspectiva dinâmica, que não está fixo, socorrendo-nos a uma investigação dual, aplicando por um lado um enfoque quantitativo (questionário sociométrico) em dois momentos do tempo distintos e posteriormente um enfoque qualitativo através da realização de uma entrevista ao actor chave da rede, permitindo-nos a compreensão das metamorfoses da rede e deste modo a criação de sinais de alerta atempadamente na organização.

Palavras-chave: cooperação intra organizacional, organização, redes sociais, análise de redes sociais, capital social.

Abstract

The cooperation around the life of the Human Being since their primal existence, points to the fact that cooperation among them was a mean to achieve common goals. In organizations an increase of cooperation can lead to an increase of competitiveness to other groups outside of the organization, leading to competitiveness advantages.

The present article results from an investigation which focuses in the identification of the cooperation level on a Multidisciplinary Team of a health service in Hospital, then trying to understand the intra-organizational dynamics between the different actors under the guidance of Social Networks Analysis (SNA). Approaching the concept of social networks in a dynamic perspective, which is not fixed, but aided by a dual research by applying a quantitative approach (sociometric survey) in two different times, with subsequent application of an interview with the key actor in the network, to understand better the metamorphoses of the network and allowing the creation of early alert signs in the organization.

Key words: Intra-organizational cooperation, organization, social networks, social networks analysis, social capital.

Notas Introdutórias

A cooperação encontra-se presente na vida do ser humano desde a sua existência primordial, apontando assim para a colaboração entre indivíduos, no sentido de alcançar objectivos comuns. No entanto, ainda que a totalidade dos membros de um grupo beneficiem da cooperação de todos, o interesse próprio de cada indivíduo pode agir em sentido contrário. Cooperar é para cada ser humano, fazer a sua parte na rede de interdependências necessárias à sua sobrevivência. Um aumento do nível de cooperação pode levar a um aumento de competitividade para com outros grupos externos à organização, levando a que a esta apresente vantagens competitivas. A presente investigação, da qual resulta este artigo, centra-se na identificação do nível de cooperação numa Equipa Multidisciplinar de um serviço de saúde num determinado Hospital, tentando compreender as dinâmicas intra organizacionais entre os diferentes actores sob a orientação metodológica da Análise de Redes Sociais “Social Analysis Networks”.

As organizações de saúde são organizações muito específicas, constituídas pelos mais variados grupos sócio profissionais, detentores de um conjunto de saberes próprios. Estes diferentes profissionais conferem vida e especificidades muito próprias às organizações embora possuam um mesmo objectivo, prestar cuidados de saúde de uma forma holística aos utentes que recorrem aos seus serviços. É certo que, actualmente, pelas mais variadas razões que vivemos, as organizações são obrigadas a delinear estratégias que lhes confirmam criatividade e inovação de forma a tornarem-se cada vez mais competitivas. Os utentes e os seus familiares cada vez mais se apresentam mais exigentes e são detentores de mais informação, exigindo cuidados rigorosos e de excelência aos diferentes profissionais. Nesta perspectiva, faz todo o sentido compreender as dinâmicas intra organizacionais num serviço de saúde.

Assim, a temática da presente investigação centra-se nas Dinâmicas Intra organizacionais entre os diferentes actores existentes num determinado serviço de saúde à luz da análise de redes sociais (ARS) tomando como pergunta de partida: “Qual o nível de cooperação existente numa Equipa Multidisciplinar num serviço de saúde?”.

O presente estudo é sustentado sobretudo no conceito de rede social “Social Network” numa perspectiva dinâmica. Segundo Mercklé (2004), uma rede social pode ser definida como “um conjunto de unidades sociais e de relações, directas ou indirectas, entre essas unidades sociais, através de cadeias de dimensão variável”. As unidades sociais podem ser indivíduos ou grupos de indivíduos, informais ou formais, como associações, empresas, equipas, organizações, sendo as relações estabelecidas entre os elementos da rede, transacções monetárias, troca de bens ou serviços, transmissão de informações que podem envolver interacção directa ou não, permanentes ou pontuais. Deste modo, uma abordagem a partir da ARS permite uma enorme flexibilidade analítica relativamente ao problema que o investigador pretende estudar. Na presente pesquisa pretende-se discutir dinâmicas entre os elementos que compõem uma Equipa Multidisciplinar de um serviço de saúde, mais especificamente (as dinâmicas de cooperação), a partir do individual para compreender a rede como um todo.

O conceito de redes sociais numa perspectiva dinâmica que não está fixo nem “ossificado” socorre-se a uma investigação dual. Por um lado, aplicando uma abordagem quantitativa (questionário sociométrico) e, por outro lado, num momento posterior, indo ao encontro dos actores chave, através de uma abordagem qualitativa (entrevistas), sendo possível confrontar dados colhidos anteriormente e aprofundar a dinâmica de cooperação existente nesse serviço.

Segundo Cross (2010), a maior parte das organizações retira pouco partido da gestão do capital relacional. Os líderes das organizações reconhecem a importância das redes informais quando se trata de influenciar o comportamento mas não conseguem compreender quando é que essas redes são efectivas e quando não o são. Apresentam assim, uma grande dificuldade em descobrir como as redes funcionam para além dos seus próprios pontos de conexão. O que não pode ser visto, por norma não é medido, e o que não se mede, dificilmente será gerido. A perspectiva de redes sociais permite tomar decisões e simplificar as exigências de colaboração, permitindo verificar onde é que existe o bloqueamento de informação dentro de uma organização. A ARS permite simular o que aconteceria aos índices de produtividade e criatividade se actores chave saíssem da organização, fornecendo sinais de alerta antecipados.

Matriz Metodológica

O processo de construção da metodologia adoptada nesta investigação resultou de forma preponderante, da conjugação da pertinência do tema, da reflexão teórica realizada sobre a temática com a consecução dos objectivos delineados nesta investigação, sendo na nossa opinião a ARS, a ferramenta mais adequada a concretizar a presente investigação. É na tentativa da compreensão desta temática, tendo presente a pergunta de partida e a problemática construída que resultam as questões que irão nortear a investigação, resultando também os objectivos gerais e específicos. Os objectivos desta investigação encontram-se deste modo fortemente ancorados na ARS, tentando dar explicação às várias interacções sociais que ocorrem e às suas consequências.

Deste modo, e de forma a esquematizar a matriz metodológica é de referir que se trata de um estudo da tipologia estudo de caso sendo o objecto empírico uma equipa multidisciplinar de um serviço de saúde constituída por diferentes classes profissionais, agrupadas em 4 grupos neste estudo: Médicos (Clínicos Gerais e Fisiatras), Enfermeiros, Empregados Auxiliares e Outros Técnicos (Administrativa, Capelão, Dietista, Técnico de serviço social, Psicólogo, Terapeuta da fala, Terapeuta ocupacional, Fisioterapeuta, Animadora Sócio Cultural). Importa ainda referir que esta equipa é constituída por 43 profissionais aquando do 1.º momento de investigação e 41 profissionais aquando do 2.º e 3.º momento de investigação (saíram após o 1.º momento de investigação 2 Enfermeiros e 1 Empregado Auxiliar e entraram para o 2.º momento de investigação 1 Enfermeiro). De realçar ainda que, os nomes dos profissionais foram codificados para o tratamento dos dados (Médicos – Mnº. ; Enfermeiros - Enº.; Empregados Auxiliares – EAnº.; Outros Técnicos – OTnº.).

O objectivo geral traçado para o estudo são:

- Compreender a dinâmica de cooperação numa Equipa Multidisciplinar num serviço de saúde específico.

Por consequente, os objectivos específicos do estudo são:

- Representar a rede da equipa multidisciplinar de um serviço de saúde específico;

- Identificar dinâmicas de partilha de recursos (informação, conhecimento, materiais, tarefas);
- Identificar buracos estruturais na rede intra organizacional;
- Identificar laços fortes e laços fracos na rede;
- Identificar os efeitos da rede no comportamento da Equipa.

Numa primeira abordagem foi necessário a realização de uma análise documental aprofundada sobre o tema, de forma a dar resposta à pergunta de investigação e aos objectivos traçados. Interessa ainda referir que como técnicas utilizadas na recolha de dados, os principais instrumentos utilizados foram: o questionário sociométrico nas duas primeiras fases do estudo e numa fase posterior a entrevista semi dirigida apenas ao actor chave (identificado nas fases anteriores do estudo). Para além dos instrumentos supracitados, interessa referir que embora a observação não tenha constituído o principal instrumento na recolha de dados, esta foi uma das técnicas utilizadas, já que, enquanto investigadora participei diariamente na rede em estudo.

O questionário sociométrico aplicado foi o mesmo num 1.º e 2.º momento de investigação e foi realizado com uma diferença de espaço temporal de 2/3 meses, apresentando-se sob a forma de lista fechada, tendo sido aplicado a todos os profissionais que intervém na Equipa Multidisciplinar. Posteriormente no tratamento dos dados dos questionários sociométricos foi utilizado o programa Ucinet versão 6.18 e Netdraw, tendo a análise dos dados sido realizada posteriormente num 3.º momento da investigação uma entrevista semi dirigida ao actor chave.

Análise dos Resultados

Nas redes de cooperação e em todas as suas dinâmicas, a informação inerente à comunicação surge como um dos seus principais recursos. Assim, tendo esta investigação como objecto de estudo a equipa multidisciplinar, a qual presta cuidados de saúde a utentes / famílias com necessidades muito específicas, a informação surge como um recurso de extrema importância na presente rede, especialmente no que respeita às dinâmicas de cooperação. No entanto, há que ter em conta que a estrutura que a rede assume, bem como a posição que os diferentes actores tomam, condicionam as dinâmicas da rede assim como a prestação dos cuidados pela equipa.

A análise de redes dinâmicas, através da aplicação de questionários sociométricos em dois momentos distintos, permite analisar as metamorfoses existentes na equipa multidisciplinar permitindo diagnosticar e intervir. Assim, tendo presente uma linha temporal, há que ter em conta que os relacionamentos existentes entre os diferentes actores se modificam, consolidam ou deterioram ao longo do tempo, tal como acontece no dia à dia comum. No entanto, no presente contexto há ainda que ter presente que as alterações a nível dos relacionamentos existentes entre os diferentes actores também podem acontecer devido às mudanças que ocorreram a nível do quadro do pessoal, situação que irá obviamente ter implicações e repercussões na rede da equipa em estudo.

Posto isto, será realizada de seguida uma análise e discussão sumária dos resultados do estudo, focando primeiramente aspectos referentes à rede formal e posteriormente à rede informal.

Tendo em conta o grafo representativo da rede formal da Equipa Multidisciplinar estudada é possível referir que esta se encontra inserida na tipologia das matrizes de Modo 1, já que, é evidente a existência de fluxos quer unidireccionais quer bidireccionais entre os diferentes actores que constituem a rede.

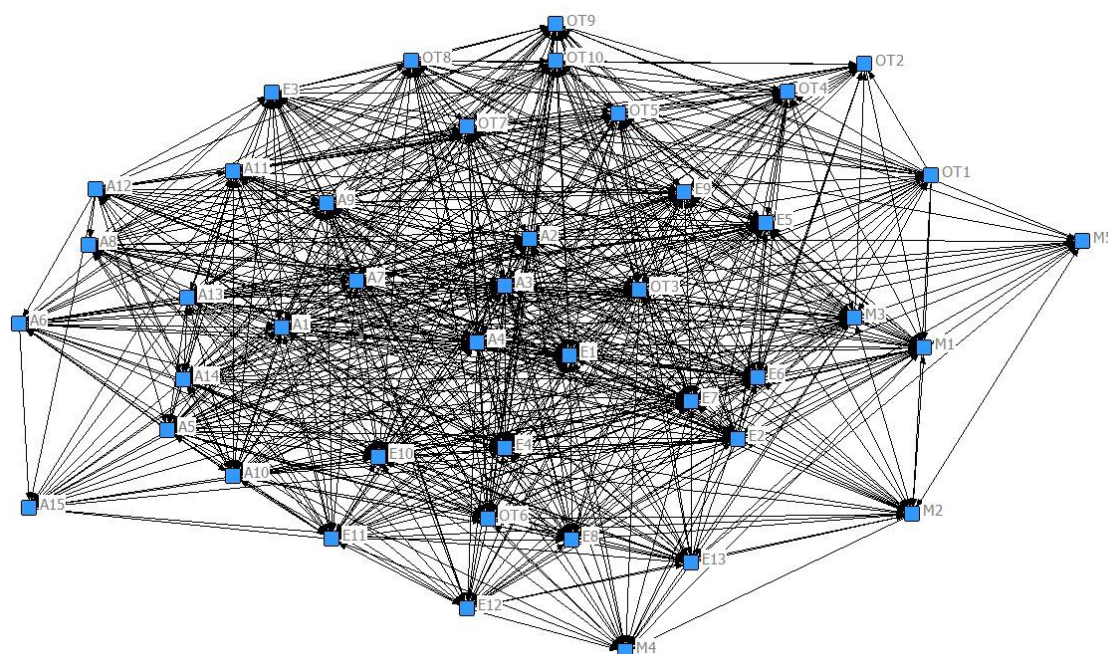


Figura 1. Grafo representativo da rede formal da equipa multidisciplinar no 1.º momento de investigação

Fonte: Questionário sociométrico (1.º momento de investigação)

Assim, num 1.º momento, de investigação verifica-se que:

- A quantidade de fluxos registada, evidencia uma rede com um elevado grau de interacções entre os actores, dispondo esta equipa de uma boa dinâmica de cooperação em termos de relacionamento.
- Os laços fortes nesta rede prevalecem e não são visíveis buracos estruturais, a nível da rede formal.
- O actor E1, surge como um actor central, ocupando uma posição de grande influência na rede ao nível da comunicação existente.
- Os actores que ocupam as posições mais centrais da rede pertencem à classe profissional de Empregados Auxiliares e Enfermeiros.

Posteriormente, num 2.º momento, e através da leitura do grafo representativo da rede formal da equipa em estudo, é possível também verificar alguns aspectos caracterizadores desta rede.

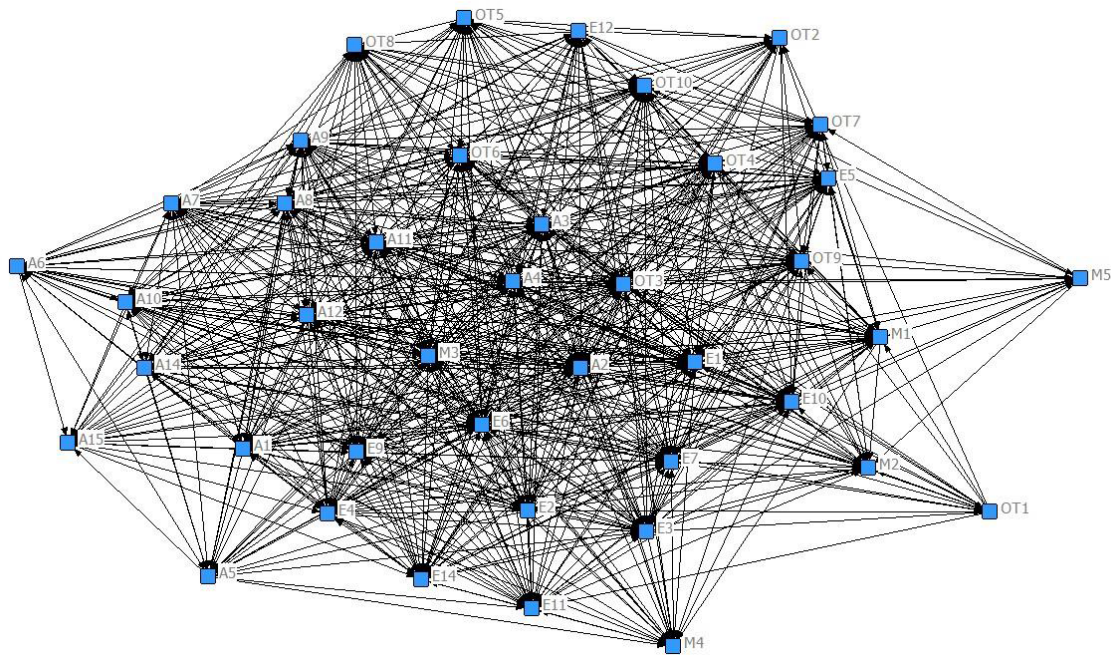


Figura 2. Grafo representativo da rede formal da equipa multidisciplinar num 2.º momento de investigação

Fonte: Questionários Sociométricos (2.º momento de investigação)

A rede da equipa multidisciplinar aqui representada mantém-se como uma rede com um elevado grau de interacções entre os diferentes actores, o que implica a manutenção de uma boa dinâmica de cooperação em termos de relacionamento.

- Os actores que ocupam as posições mais centrais continuam a pertencer à classe profissional dos empregados auxiliares e de enfermagem, mantendo o actor E1 um lugar de destaque tal como, no 1.º momento.
- Verifica-se a existência de 2 actores da classe profissional dos médicos que se aproximaram mais do centro da rede (actor M1 e M3).

Tendo presente os grafos anteriormente expostos e as matrizes que os sustentam, ancoradas na apreciação estatística, é possível verificar que a rede aqui estudada se apresenta, num primeiro momento, como uma rede com uma densidade média a tender para o alto, já que, possui uma média de 48,98%, num quadro de 100% de possibilidades (rede total), o que significa que, perante 884 laços possíveis, ocorrem 448 laços efectivos entre os actores que compõem a presente equipa. Por sua vez, no 2.º momento de investigação, verifica-se que o valor referente à densidade aumentou cerca de 10%, apresentando neste 2.º momento uma média de 57,13 %, isto é, uma rede com uma densidade com cerca de 60 %, num quadro de 100% de possibilidades, o que significa que, perante 937 laços possíveis, ocorrem 535 laços efectivos entre os diferentes actores que constituem esta equipa.

Quer num 1.º momento, quer num 2.º momento o valor referente à medida (densidade), aponta para algo bastante positivo para esta equipa numa óptica formal, já que é possível verificar que existe uma boa dinâmica de cooperação entre os actores que constituem esta equipa, dinâmica esta, imprescindível para a produtividade e qualidade no trabalho desempenhado por esta equipa. Trata-se portanto de uma equipa com uma forte dinâmica de interacções e de partilha de recursos entre os diferentes actores, a nível formal, sendo também possível inferir que se trata de uma rede fortemente pautada por uma lógica de laços e relacionamentos permanentes, constantes e regulares entre os diferentes actores da equipa multidisciplinar, inserindo-se portanto, numa rede predominantemente constituída por laços fortes que implicam tempo e confiança e não por laços fracos, tratando-se portanto de um grupo mais homogéneo, numa lógica formal. Nesta equipa multidisciplinar, no que respeita a nível formal, e tendo por base a predominância de laços fortes, poderá dizer-se que o capital social que se gera será do tipo exclusivo e que necessita de confiança para que se estabeleçam relações ao longo do tempo, sendo de realçar que as informações que se geram são muitas vezes

repetitivas não oferecendo algo de novo ao grupo, sendo os laços fracos benéficos deste ponto de vista.

Através da análise de redes sociais, numa perspectiva dinâmica verifica-se que num curto espaço de tempo, através da consolidação de relacionamentos formais e, após saída de 3 elementos e entrada apenas de 1 elemento que a densidade desta equipa aumentou, apresentando-se esta equipa nesse momento, mais coesa e assente numa dinâmica de cooperação ainda mais forte. Talvez seja interessante, verificar quais os actores que saíram após o primeiro momento e tentar perceber qual a sua posição na rede. Assim, a nível de enfermagem, os actores que saíram foram E8 e E13 que detinham uma posição mais externa na rede sendo que, a nível dos empregados auxiliares o actor que saiu foi A13 que também detinha uma posição mais externa na rede. Será possível afirmar que com a saída destes elementos / actores mais externos à rede os restantes elementos se tenham aproximado adquirindo uma dinâmica de cooperação ainda mais forte e coesa como é apoiado pelo aumento da densidade.

Na presente investigação, foi também essencial compreender as dinâmicas existentes nesta rede através da análise do posicionamento dos actores na rede, utilizando como medidas: grau de centralidade (*Centrality Degree*), grau de intermediação (*Betweenness*) e grau de proximidade (*Closeness*).

Assim, tendo por base a apreciação estatística, no que respeita ao grau de centralidade é possível inferir que, num primeiro momento, os actores que mais estimulam a comunicação na rede são aqueles que desempenham funções como empregados auxiliares, já que são esses actores que constituem os actores mais centrais no que respeita ao grau de saída, portanto de emissão de fluxos. No que respeita, à centralidade de actores (analisando o grau de saída) verifica-se que dos 10 actores mais centrais, 7 constituem a classe profissional de empregados auxiliares. A centralidade de saída da rede, fornece-nos indicadores sobre os actores que apresentam uma maior emissão de fluxos, aqueles que apresentam um maior *OutDegree*, o que vem confirmar que estes são os actores que menos estrangulam a comunicação na rede, pelo facto de se encontrarem na linha da frente em termos de saída de fluxos.

É ainda, de extrema importância para o presente estudo, analisar a centralidade do actor, numa outra perspectiva, a centralidade de entrada ou *InDegree*, ou seja, recepção de fluxos. Deste modo, verifica-se que não existe um balanço no que respeita ao grau de centralidade de saída e de entrada de um mesmo actor. Não se verifica um equilíbrio ou uma relação entre os profissionais mais centrais quanto ao grau de saída e ao grau de entrada. Por exemplo, no que respeita ao grau de entrada num 1.º momento verificamos que os profissionais da classe profissional de enfermagem são aqueles que mais recebem fluxos por parte de outros actores contrapondo com o elevado grau de saída da classe profissional dos empregados auxiliares.

Verifica-se ainda que no que respeita ao *InDegree*, a classe profissional predominante é a de enfermagem, em que dos 10 actores mais centrais no que concerne ao grau de entrada 7 fazem parte da classe profissional de enfermagem, 2 actores da classe profissional de outros técnicos e 1 da classe profissional de empregados auxiliares (o qual desempenha funções como responsável desta sub equipa de empregados auxiliares). De realçar ainda que, neste primeiro momento da investigação, nos 10 actores mais centrais da equipa multidisciplinar, quer no que respeita ao grau de saída quer no que respeita ao grau de entrada, verifica-se que não existe a presença de nenhum profissional pertencente à classe dos médicos.

Quanto ao grau de entrada (*InDegree*) verifica-se ainda num primeiro momento da investigação que o actor E1 ocupa uma posição privilegiada na rede quanto à recepção de fluxos. A elevada centralidade de entrada deste actor (41,0) contrapõe, com a sua reduzida centralidade de saída (3,0). Perante, as presentes informações, torna-se pertinente referir que, existe uma estreita relação entre o poder e o conceito de centralidade. Segundo Hanneman (2001), o pensamento de rede contribuiu com uma série de olhares importantes sobre o poder social enfatizando a abordagem de rede, que o poder é inerentemente relacional. Um indivíduo não tem poder em abstracto, tem poder porque pode dominar outros, sendo este consequência de padrões de relações. Por exemplo, em redes de alta densidade, existe maior predisposição, ou um maior potencial para o poder. O posicionamento de um actor numa rede, interfere activamente com restrições e oportunidades. Actores que enfrentam menos restrições e detêm mais oportunidades do que os outros, encontram-se em posições estruturais mais favoráveis,

como é o caso do actor E1 que ocupa uma posição de poder a nível hierárquico evidente, o que se confirma com a análise da rede, já que é o actor com a centralidade de entrada mais elevada. Poderia ainda referir-se neste actor que, pelo facto da centralidade de entrada ser tão elevada e a centralidade de saída ser tão reduzida, isto é, a recepção de fluxos ser tão elevada em contraposição com a emissão de fluxos tão reduzida que, este actor poderia estrangular a comunicação na rede. No entanto, esta situação poderá ser explicada pelo facto do presente actor desempenhar funções de chefia na equipa, o que implica uma alta recepção de fluxos. Não se trata portanto de algo tão linear, referir que este actor provoca um estrangulamento da rede, mas sim que os restantes profissionais da equipa vêem nele um receptor de informação privilegiado.

Na análise ao mesmo questionário sociométrico aplicado num 2.º momento, é possível verificar algumas alterações. Deste modo, no que respeita ao grau de saída verifica-se que a maioria pertence à classe profissional dos empregados auxiliares (6 em 10) mas verificam-se aqui algumas diferenças em relação aos restantes actores, neste 2.º momento temos presentes 2 actores enfermeiros, 1 actor pertencente à equipa de outros técnicos e agora também presente 1 actor pertencente à classe dos médicos. Verifica-se portanto, que ocorreram metamorfoses importantes ao nível desta equipa multidisciplinar, ao longo do tempo. Existe pelo menos 1 actor de cada classe profissional a estimular a comunicação na equipa multidisciplinar. No que respeita ao *InDegree*, verifica-se que os actores pertencentes à equipa de enfermagem são aqueles que detém uma maior recepção de fluxos e portanto uma maior centralidade de entrada, verifica-se a existência de 9 em 10, sendo o 6.º lugar ocupado por um elemento da classe dos médicos. De realçar ainda que, o actor E1 mantém a sua posição privilegiada quanto à recepção de fluxos, tal como, num primeiro momento.

Uma outra razão para considerar a importância de um actor recai também na sua intermediação (*Betweenness*), o que expressa o “controlo da comunicação” e interpreta-se como a possibilidade que um nó tem para intermediar as comunicações entre pares de nós. Se por um lado, o posicionamento dos actores na rede é um indicador relevante, o número de pares a que um actor é capaz de se ligar vem complementar a análise desta rede. O grau de intermediação (*Betweenness*) é fundamental para compreender o papel que cada actor ocupa na rede ao nível da circulação de informação.

De acordo com a apreciação estatística, no que respeita ao grau de intermediação a nível formal, verificou-se que:

- O actor E1 que detém um grau de centralidade de entrada elevado possui um grau de intermediação abaixo da média (14,952), o qual embora assuma um papel de relevo no que concerne ao indicador de centralidade, assume neste indicador um papel bastante reduzido.
- O actor M3 desempenha um papel de relevo no que concerne ao grau de intermediação quer num primeiro quer num 2.º momento, verificando-se que por este actor passam o maior número de fluxos de actores.
- Em relação aos 10 actores com maior grau de intermediação, existe pelo menos 1 actor de cada classe profissional.

Ainda por forma a complementar a presente análise à rede da Equipa Multidisciplinar a nível formal, importa avaliar o grau de proximidade entre os actores, ou seja, a capacidade que um actor tem para chegar até outros actores. O grau de proximidade (*Closeness*) é a capacidade de um nó se ligar a todos os actores de uma rede.

Uma das razões para que um actor seja mais poderoso que outros actores da rede, é a capacidade que este detém para estar mais perto de outros actores. O poder também actua como “ponto de referência”, por que outros actores se julgam e detém opiniões ouvidas por um maior número de actores. Actores que conseguem chegar a outros actores em comprimentos mais curtos do caminho, ou que são mais acessíveis por outros actores em comprimentos mais curtos do caminho favorecem posições, apresentando-se esta vantagem estrutural como uma tradução de poder (posições centrais são posições que detém poder na rede).

Na presente investigação e após a análise estatística dos dados referentes ao grau de proximidade no 1.º e 2.º momento verificou-se que quer num primeiro momento quer num segundo momento, o actor que detém um maior grau de proximidade é o actor E1, sendo também evidente em ambos os momentos de investigação que os actores que detém um maior grau de proximidade pertencem à classe profissional de Enfermagem.

Após esta breve análise às dinâmicas da rede formal da Equipa Multidisciplinar cabe agora analisar de forma breve a rede informal da Equipa Multidisciplinar de forma a que seja possível promover um espaço de discussão sobre os dados analisados.

A construção da rede informal da equipa multidisciplinar tem por base todos os relacionamentos que se estabelecem entre os actores fora dos canais formais de comunicação, assentes numa lógica de informalidade em que imperam os circuitos de comunicação informal pouco definidos e fora das lógicas da regularidade formal de comunicação.

A presente rede aqui representada evidencia a rede informal da equipa multidisciplinar, encontrando-se inserida nas matrizes de modo 1, já que é evidente a existência de fluxos unidireccionais e bidireccionais entre os vários actores que constituem a Equipa.

O grafo que se segue representa a rede informal da Equipa Multidisciplinar num primeiro momento. Perante o grafo representativo da rede informal é possível verificar, através de uma análise bastante superficial que, a Equipa Multidisciplinar, num 1.º momento evidencia uma rede com um reduzido grau de interações entre os actores, não revelando uma boa dinâmica de cooperação entre os actores, em termos de relacionamento, através dos canais informais. Esta situação apresenta-se bastante diferente no que respeita à rede formal da equipa. Verifica-se ainda que, neste primeiro momento de investigação, existem cerca de 10 actores que compõem o centro da rede, actores esses, pertencentes maioritariamente às classe profissionais de empregados auxiliares e de enfermagem.

Quanto ao 2.º momento de investigação não se verificam alterações significativas a nível informal, surgindo este 2.º grafo bastante idêntico ao grafo ilustrado no 1.º momento. Verifica-se novamente neste 2.º momento de investigação, que os actores mais centrais nesta rede informal da Equipa são constituídos na sua maioria por actores pertencentes às classes profissionais dos empregados auxiliares e de enfermagem.

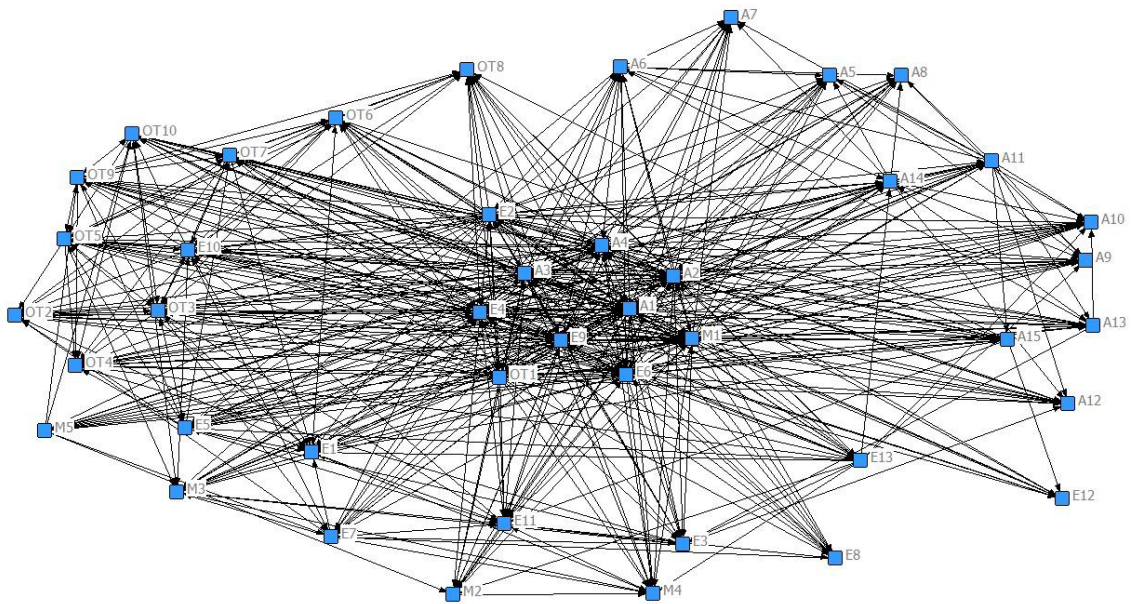


Figura 3. Grafo representativo da rede informal da equipa multidisciplinar no 1.º momento de investigação

Fonte: Questionário sociométrico (1.º momento de investigação)

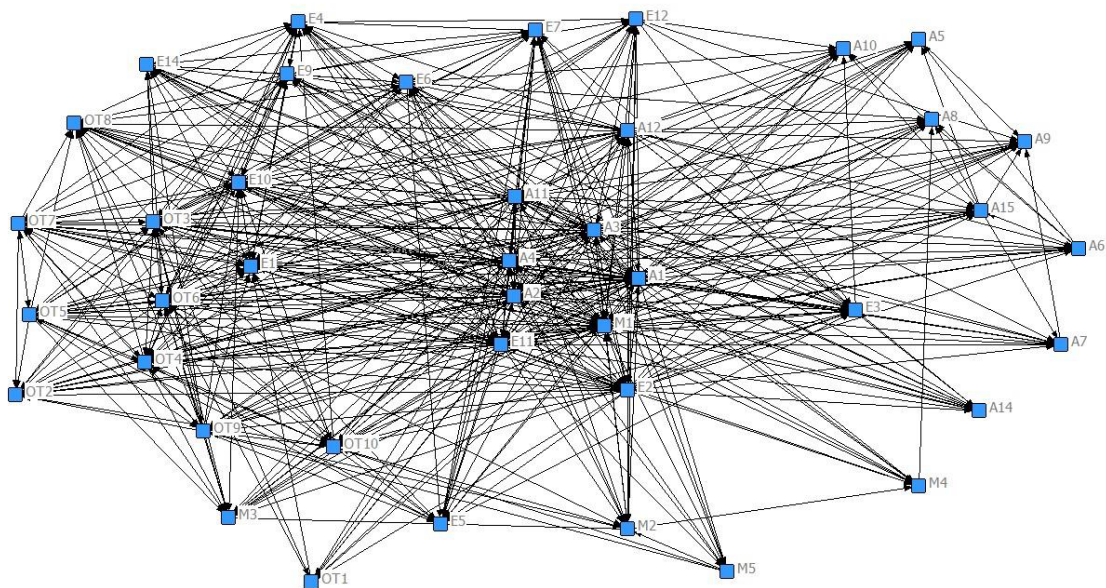


Figura 4. Grafo representativo da rede informal da equipa multidisciplinar no 2.º momento de investigação

Fonte: Questionário sociométrico (2.º momento de investigação)

Tendo presente os grafos anteriormente expostos e as matrizes que os sustentam, ancoradas na apreciação estatística, é possível verificar que a rede informal aqui estudada apresenta uma densidade média bastante inferior (em ambos os momentos) à

encontrada na rede formal. Verifica-se que do 1.º momento para o 2.º momento a densidade aumenta cerca de 2%, o que não é um paralelo consistente com o aumento existente na rede formal.

Assim verifica-se que, num 1.º momento, a rede informal da equipa multidisciplinar possui uma média de 34,11%, isto é, apresenta uma densidade com cerca de 34 % num quadro de 100% de possibilidades (rede total) o que significa que, perante 616 laços possíveis, ocorrem 210 laços efectivos entre os actores que compõem a rede da equipa de uma forma informal. Por sua vez, num 2.º momento, verifica-se que esta densidade aumentou de forma bastante reduzida, verificando-se uma densidade média de 36% num quadro de 100% de possibilidades, o que significa que, perante 598 laços possíveis, ocorrem efectivamente 218 laços entre estes actores. Perante os valores referentes à densidade verifica-se que a equipa multidisciplinar apresenta uma boa dinâmica de cooperação em termos de relacionamentos no que respeita à rede formal, contrariamente àquilo que acontece pelos canais informais, rede informal. A rede informal da equipa multidisciplinar, em ambos os momentos não é pautada por relacionamentos constantes e regulares, de modo a criar laços fortes como ocorre na rede formal da equipa.

A equipa multidisciplinar apresenta-se portanto mais coesa no que respeita à sua rede formal do que no que respeita à sua rede informal. Perante estes resultados, é possível inferir que esta rede apresenta uma maior formalidade e que, portanto, se trata de uma rede com um reduzido grau de confiança nos relacionamentos entre os actores, verificando-se que estes relacionamentos apresentam uma maior rigidez, com procedimentos e protocolos muito instituídos na rede. Poderá mesmo afirmar-se que os actores que constituem esta rede se focam maioritariamente no trabalho e nas funções que desempenham confiando uns nos outros a nível formal mas descurando os relacionamentos informais, não existindo portanto laços fortes a nível da rede informal.

Tal como abordado no estudo da rede formal da equipa multidisciplinar, interessa agora, compreender as dinâmicas existentes nesta rede, pelo que, a análise ao posicionamento dos actores na rede, se revela bastante pertinente. Deste modo, serão utilizadas as medidas, já utilizadas anteriormente: o grau de centralidade (*Centrality Degree*), grau de intermediação (*Betweenness*), grau de proximidade (*Closeness*).

Verifica-se que os actores mais centrais no que respeita ao *OutDegree*, pertencem na sua maioria à classe profissional dos empregados auxiliares e enfermagem, sendo estes actores aqueles que mais estimulam a comunicação no que respeita à rede informal da equipa, sendo contudo, o actor que mais estimula a comunicação nesta rede informal, num primeiro momento, um elemento pertencente à classe médica e que desempenha funções ao nível da direcção. No que respeita, ao grau de centralidade de entrada verifica-se que a classe profissional que mais recebe fluxos é a pertencente a outros técnicos, seguida de enfermagem, sendo o actor E1 aquele que apresenta um maior grau de centralidade de entrada, tal como acontece na rede formal. Embora este actor apresente um elevado grau de centralidade de entrada em relação a outros actores, sendo importante e ocupando uma posição relevante e de destaque na rede verifica-se que, tal como acontece na rede formal, embora receba muitos fluxos, este actor emite poucos fluxos.

Num segundo momento, verifica-se que os actores que mais estimulam a comunicação na rede informal da Equipa Multidisciplinar pertencem ao grupo de empregados auxiliares, enquanto que, nos actores que mais recebem fluxos se verifica que os actores pertencem maioritariamente à classe profissional de outros técnicos seguidos da classe profissional de enfermagem, mantendo mais uma vez, o actor E1 o maior grau de entrada.

Por sua vez, no que se refere ao grau de intermediação, é possível verificar também alguns aspectos importantes. Assim, analisando o grau de intermediação, verifica-se que os actores mais centrais, detendo um maior grau de intermediação pertencem maioritariamente à classe profissional de Enfermagem num primeiro momento (5 actores pertencentes a Enfermagem), enquanto que, num 2.º momento se verifica uma maior diversidade. Existem 8 actores que não apresentam qualquer função de intermediação na rede, constituindo-se como uma lógica de buracos estruturais na comunicação entre os diferentes actores que constituem a Equipa Multidisciplinar a nível informal, já que bloqueiam a comunicação, estrangulando-a, tendo como consequência a fraca interacção entre os actores da rede a nível informal. Estes dados vêm consubstanciar os dados referidos anteriormente, reforçando a tese referente à baixa densidade.

Relativamente ao grau de proximidade, na rede informal, verifica-se que os actores que detém um maior grau de proximidade do 1.º momento para o 2.º momento, isto é, os actores que detém um maior grau de proximidade num 1.º momento já não são os mesmos num 2.º momento, o que consubstancia a tese de que as Equipas nos serviços de saúde se alteram e se modificam ao longo do tempo, ocorrendo metamorfoses importantes e consubstanciando que as Equipas são dinâmicas e não estanques, já que são feitas por pessoas que se relacionam diariamente, modificando-se constantemente esses relacionamentos.

Conclusões

As organizações são constituídas por pessoas e são estas que lhes conferem cor, que lhes conferem uma panóplia de especificidades, criando assim vantagens competitivas para a organização. São as pessoas que trabalham nas organizações que lhes dão vida, movimento, criatividade e inovação. As pessoas evoluem e movimentam-se dentro das organizações, comunicam, partilham, interagem umas com outras. É deste modo que criam laços umas com outras, estabelecem relações, as quais se modificam ao longo do tempo, sugerindo à priori uma mudança. Quer as equipas, quer as organizações sofrem assim metamorfoses importantes resultantes dos relacionamentos que se estabelecem entre os diferentes colaboradores que desempenham funções na organização.

O conceito de rede social constitui uma ferramenta poderosa que permite observar e compreender a complexidade e toda a riqueza dos laços sociais e suas dinâmicas de interacção.

A tarefa da presente investigação foi através da metodologia da ARS, numa perspectiva de redes dinâmicas, analisar a rede de uma equipa de um serviço de saúde na sua plenitude (numa óptica formal e informal), tendo em conta os seus movimentos, as suas dinâmicas, as suas mudanças, não as fixando de forma estática, inertes, sem vida própria. A ARS numa perspectiva de redes dinâmicas, demonstra as suas potencialidades, demonstrando as metamorfoses ao longo do tempo nesta equipa multidisciplinar.

Assim, perante aquilo que já foi referido e, de forma a proceder às conclusões da presente investigação, tendo presente a matriz teórica, a matriz metodológica e a análise de dados, torna-se pertinente responder na presente conclusão aos objectivos delineados de forma bastante sumária.

OBJECTIVO 1: Representar a equipa multidisciplinar de um serviço de saúde.

Em ambos os momentos se verifica um forte grau de interacções entre os actores constituintes da equipa multidisciplinar numa lógica formal, contrapondo com o fraco grau de interacções e fraca dinâmica de cooperação a nível da rede informal da equipa. A equipa multidisciplinar em estudo possui uma boa dinâmica de cooperação, sendo bastante coesa em ambos os momentos numa óptica formal contrapondo com a fraca coesão numa óptica informal. Trata-se de uma equipa fortemente pautada por uma lógica formal de relacionamentos, com processos informativos fortemente institucionalizados.

OBJECTIVO 2: Identificar dinâmicas de partilha de recursos.

Como poderá ser consubstanciado pelos dados anteriormente expostos, podemos verificar que existe uma forte partilha de recursos entre os actores da equipa multidisciplinar numa lógica formal contrapondo novamente com a lógica informal.

OBJECTIVO 3: Identificar buracos estruturais.

Tende presente a teoria de Burt e os dados anteriormente discutidos é possível inferir que esta rede não é constituída por buracos estruturais, apresentando-se como uma rede bastante coesa a nível formal. Embora esta rede se apresente menos coesa a nível informal, não é possível referir a existência de buracos estruturais. Não existindo buracos estruturais, é possível referir que existem actores mais periféricos à rede, já que estes se mantêm conectados à rede. De realçar que por exemplo, nos actores mais periféricos à rede encontram-se maioritariamente prestadores de serviços e profissionais que não se encontram alocados a 100% na prestação de cuidados ao espaço físico da Unidade em estudo. Assim sendo, estes profissionais estabelecem menos contacto com os restantes profissionais e como tal, partilham menos recursos, sendo por isso, também mais externos à rede. O mesmo acontece no que respeita à lógica informal.

OBJECTIVO 4: Identificar laços fortes e laços fracos na rede.

Tendo presente Granovetter em “*The weak ties*”, podemos referir que a equipa multidisciplinar em estudo é pautada pela existência de laços fortes, afirmação esta, apoiada pelos dados anteriormente apresentados.

OBJECTIVO 5: Identificar os efeitos da dinâmica da rede.

Tendo presente os dados analisados, verifica-se uma discrepância entre os actores mais centrais no que respeita à emissão e recepção de fluxos. Maioritariamente, a nível da rede formal, verifica-se que a classe profissional de enfermagem recebe mais fluxos a nível formal o que se pode explicar pelo facto desta realizar uma prestação de cuidados contínuos, tendo contacto com todas as outras classes profissionais e sendo a informação sobre utentes canalizada maioritariamente para o profissional de enfermagem que está de serviço. O profissional de enfermagem é aquele que se encontra presente durante 24 h diárias todos os dias e com formação especializada e que, por sua vez, detém a informação das restantes classes profissionais, sendo uma classe profissional que influencia grandemente as dinâmicas intra organizacionais da rede.

Por sua vez, a classe que emite mais fluxos de informação na rede da equipa é a classe de empregados auxiliares que segundo procedimentos instituídos e que por não ser uma classe profissional especializada emite as informações que possui sobre os seus cuidados aos utentes e pede mais vezes aconselhamento e informação sobre os utentes aos restantes profissionais de saúde, nomeadamente ao Enfermeiro.

No que respeita a nível informal verifica-se que num 2.º momento, quase todos os profissionais pertencentes à classe profissional de outros técnicos se encontram mais centrais do que qualquer outra classe profissional. Quando questionado sobre este facto o actor E1 refere que: “As pessoas vão ao trabalho, trabalham e vão embora, são muito raros, aqueles que estabelecem relacionamentos no exterior e discutem num cariz informal. Os empregados auxiliares e, os enfermeiros apenas um grupo ou outro. Os médicos, não tenho a noção de que o façam muito. Agora os técnicos sim, juntam-se muita vez, talvez por se encontrarem todos os dias no mesmo horário de trabalho todos

os dias da semana, criem mais confiança a nível informal uns com os outros, o que não acontece com as outras classes profissionais.”

As dinâmicas intra organizacionais bem como, o nível de cooperação é fortemente influenciado pelas mudanças e metamorfoses a que a equipa é sujeita ao longo do tempo bem como as alterações inerentes aos relacionamentos entre os actores e as suas posições na rede.

A presente equipa apresenta um futuro promissor, tendo tendência a um aumento gradual ao longo do tempo dos níveis de cooperação quer a nível formal quer a nível informal como se pode constatar ao longo dos 2 momentos de investigação realizados.

Após analisar os dados e traçar as presentes conclusões cabe então, referir que foi criada uma proposta de intervenção para o presente serviço tentando portanto, criar uma hipótese de melhoria, assente em 4 eixos principais: comunicação organizacional, formação, motivação e gestão de conflitos.

Bibliografia

Burt, R. (2001). Structural Holes versus Network Closure as Social Capital. Acedido a 20 de Dezembro de 2011, em URL: <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/burt00capital.pdf>.

Fialho, J. (2008). Redes de Cooperação interorganizacional: o caso das entidades formadoras do Alentejo Central. Dissertação de doutoramento em Sociologia. Évora. Universidade de Évora.

Granovetter, M. (1983). Sociological Theory. Acedido a 16 de Outubro de 2011, em URL: <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>.

Hanneman, R. (2001). Introduction to Social Network Methods. In Redes Sociais. Acedido a 18 de Julho de 2012, em URL: <http://www.redes-sociales.net/>.

Lémieux, V.; Ouimet, M. (2008). Análise estrutural das redes sociais. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.

Marteleteo, R. (2001). Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. Acedido a 16 de Outubro de 2011, em URL: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>.

Mercklé, P. (2004). Sociologie des réseaux sociaux. Paris: La Decouverte, 2004.

Petit, F.; Dubois, M. (1998). Introdução à psicossociologia das organizações. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

Santos, N. (1999). Identidade e cooperação: individual e colectivo em contextos organizacionais. Dissertação de doutoramento em Psicologia. Évora. Universidade de Évora.

Silva, C.; Saraiva, M.; Teixeira, A. (2010). A Qualidade numa perspetiva multi e interdisciplinar. Qualidade e Saúde: perspetivas e práticas. Lisboa: Edições Sílabo, 2010

Snijders, T.; Bunt, G.; Steglich, C. (2009). Introduction to Stochastic Actor – Based Models for Network Dynamics. Acedido a 14 de Fevereiro de 2012, em URL: <http://www.stats.ox.ac.uk/~snijders/SnijdersVandeBuntSteglich2010.pdf>.

ORGANIZAÇÕES EM REDE. UM OLHAR DA SOCIOLOGIA SOBRE A REDE NACIONAL DE CUIDADOS CONTINUADOS NO ALENTEJO.

CARLA SANTANITA
CICS.NOVA.UÉvora, Universidade de Évora
carla_santanita@hotmail.com

JOAQUIM FIALHO
CICS.NOVA.UÉvora, ECS, Universidade de Évora
jfialho@uevora.pt

HELENA ARCO
IPP, CICS.NOVA.UÉvora, C3i
helenarco@essp.pt

Resumo

O presente artigo resulta de uma investigação a decorrer no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia com o título “*As organizações em rede. Um olhar da sociologia sobre a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados na região Alentejo*” e pretende reflectir sobre o problema social do envelhecimento da população em Portugal, no caso particular do Alentejo, assim como a sua influência a nível das políticas públicas, através de soluções resultantes das lógicas de acção colectiva da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados, na promoção da saúde e bem-estar dos cidadãos. Através de uma abordagem da sociologia, procuraremos responder a um conjunto de perguntas preconizando-se portanto, como principal objectivo desta investigação compreender as lógicas e as estratégias de acção colectiva presentes na Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo, incidindo esta investigação sobre dois pilares, a caracterização da rede e por outro lado os efeitos e funcionamento da rede, desocultando assim as dinâmicas subjacentes a esta rede tão específica que é a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo. O estudo desta rede, das suas lógicas de acção e interacção permitem revelar lacunas e constrangimentos que dificultam as respostas a uma população que necessita deste tipo de cuidados de saúde.

Palavras-chave: estratégias de acção colectiva, cooperação inter organizacional, análise de redes sociais, redes de apoio social.

Abstract

This article is the result of an ongoing research under the PhD Program in Sociology entitled “Networking organizations. A sociology look over the National Network of Continued Integrated Care in the Alentejo region” and aims to reflect on the population aging social problem in Portugal, in the particular case of Alentejo, as well as its influence in public policies, through solutions resulting from the collective action of the National Network of Continued Integrated Care, in promoting health and well-being of citizens. Through a sociology approach, we will try to answer to a set of questions, recommending therefore, as main objective of this investigation to understand the logics and the strategies of collective action present in the National Network of Continued Integrated Care, focusing this investigation in two main pillars, the characterization of the network and, on the other hand, in the effects and functioning of the network, thus exposing the Dynamics underlying this network so specific that it is the National Network of Continued Integrated Care in Alentejo. This network study, its logics of action and interaction will reveal gaps and constraints that make it difficult to respond to a population that needs this kind of health care.

Keywords: collective action strategies, inter organizational cooperation, social network analysis, social network support

Notas Introdutórias

O presente artigo resulta de uma investigação a decorrer no âmbito do Programa do Doutoramento em Sociologia com o título “As organizações em rede. Um olhar da sociologia sobre a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados na região Alentejo” e pretende reflectir sobre o problema social o envelhecimento da população em Portugal em geral, e no caso particular do Alentejo, e a sua influência a nível das políticas públicas, através de soluções resultantes das lógicas de acção colectiva da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados, na promoção da saúde e bem-estar dos cidadãos.

Através de uma abordagem da sociologia, procuraremos responder a um conjunto de perguntas que a seguir enunciamos:

- Será a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados realmente uma rede só formal (escrita no papel e pouco mais)?
- Será que existe partilha de informação e interacção entre os diferentes atores? E a que níveis? Que recursos?
- O que move os atores na interacção (motivações, estratégias, obstáculos)?
- Quais os efeitos da interacção nos cuidados prestados?
- Que jogo de atores está subjacente às interacções que estabelecem na rede?
- Quais as perspectivas de funcionamento futuro da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados?

Assim, para o presente estudo surge o interesse de estudar a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados (RNCCI) sobre o ponto de vista de uma rede constituída por diversos actores (Equipas de coordenação local - ECL, Equipas de gestão de altas - EGA, Equipas de coordenação local – ECR, unidades de internamento – convalescença, média duração e longa duração) que interagem entre si numa dinâmica de interdependências com jogos de poder e influência através de mecanismos de cooperação onde cada um deles goza, apesar dos constrangimentos organizacionais e normativos, de uma margem de liberdade, para prestar cuidados de saúde a uma determinada população.

Preconiza-se portanto, como principal objectivo desta investigação compreender as lógicas e as estratégias de acção colectiva presentes na Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo, incidindo esta investigação sobre dois pilares, a caracterização da rede e por outro lado os efeitos e funcionamento da rede, desocultando assim as dinâmicas subjacentes a esta rede tão específica que é a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo. O estudo desta rede, das suas lógicas de acção e interacção permitem revelar lacunas e constrangimentos que dificultam as respostas a uma população que necessita deste tipo de cuidados de saúde.

O envelhecimento da população é uma realidade ao nível da União Europeia, não se excluindo dessa realidade Portugal, por um lado representa o aumento da esperança média de vida e portanto um triunfo sobre a morte, mas por outro lado, significa também um desafio às políticas públicas existentes, já que em paralelo a este envelhecimento surge também a incidência de doenças crónicas com défices de funcionalidade. É na sequência deste problema social, que surge em 2006, a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados, que procura através de diferentes tipologias proporcionar cuidados continuados centrados numa perspectiva holística do utente e sua família utilizando uma perspectiva multidisciplinar e não numa perspectiva centrada na cura, visando a promoção de saúde e bem-estar com ganhos funcionais e de autonomia, assim como visando o apoio social.

Um dos desafios com que se confrontam actualmente as políticas de saúde nos países que constituem a União Europeia e que não passa ao lado de Portugal é o envelhecimento demográfico. Segundo a Comissão Europeia (2007), citado por Fernandes e Botelho (2007) a evolução demográfica, em particular, o envelhecimento da população tem vindo a alterar os padrões de patologias ameaçando a sustentabilidade dos sistemas de saúde na União Europeia, sendo necessário tomar medidas em dois sentidos, por um lado, no sentido de promover um envelhecimento saudável e por outro, no sentido de combater as desigualdades na saúde associados a factores de ordem social, económico e ambiental.

Os avanços científicos no tratamento da doença, a pressão socio - económica, a escassez de recursos de vária ordem (humanos, materiais e financeiros) e a necessidade de melhorar o nível de qualidade das estratégias de acção colectiva, associados a este

envelhecimento constitui assim um dos atuais desafios com que se defrontam os sistemas de saúde.

Para dar resposta a este desafio, tem-se vindo a assistir a uma mudança de paradigma dos cuidados, inicialmente centrado nos cuidados agudos prestados em internamento hospitalar, com enfoque na cura e no tratamento de doenças surge um outro que coloca em ênfase os cuidados continuados apostando na manutenção e promoção de bem-estar, essencialmente centrado no cuidar do utente de uma forma holística, promovendo a sua autonomia e a sua adaptação à incapacidade.

É neste sentido e de forma a garantir uma continuação de cuidados, mas não necessariamente em meio hospitalar, que foi criada em 2006 a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados (RNCCI), vulgarmente conhecida como “A Rede” ou RNCCI, de forma a solucionar o problema de utilização inapropriada do internamento hospitalar através da satisfação de necessidades de saúde e do fórum social, com especial enfoque para aquelas que decorrem do envelhecimento populacional e todas as limitações de ordem física, social, emocional e económica que daí advém.

Do ponto de vista da sociologia, serão portanto, trabalhados alguns conceitos como a cooperação inter organizacional, estratégias de acção colectiva, actores – chave na rede, mudança organizacional e resistência organizacional, práticas de cooperação, análise de redes sociais e redes de apoio social. Sendo certo de que se trata de um tema que ainda não está suficientemente estudado do ponto de vista sociológico, esta investigação assume um duplo desafio. Por um lado, produzir conhecimento sociológico sobre uma temática emergente e, por outro lado, compreender a dinâmica de uma rede muito particular (Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados).

Proposta Metodológica

Como proposta metodológica para a presente investigação, preconizamos utilizar uma perspectiva predominantemente quantitativa (questionários sociométricos, com recurso ao Software UCINET) associado a uma perspectiva qualitativa (entrevistas semi estruturadas) aos atores intervenientes na rede, de modo a compreender os dados provenientes dos questionários. Tendo em conta a presente proposta, a análise de redes

sociais enquanto técnica de mapeamento de interações sociais parece-nos ser portanto, a mais adequada para concretizar a presente investigação.

- População: Colaboradores responsáveis pelas (EGA, USF, UCSP, ECR, ECL e Unidades de internamento da tipologia Convalescença, Média Duração e Longa Duração) na região Alentejo.
- Colheita de dados: Através da aplicação de questionários sociométricos (previamente validados) e entrevistas semi estruturadas aos actores chave da rede aplicados pelo investigador pessoalmente ou via email, não anónimos.

Do ponto de vista da sociologia, serão portanto, trabalhados alguns conceitos como a cooperação inter organizacional, estratégias de acção colectiva, actores – chave na rede, mudança organizacional e resistência organizacional, práticas de cooperação, análise de redes sociais e redes de apoio social. Sendo certo de que se trata de um tema que ainda não está suficientemente estudado do ponto de vista sociológico, esta investigação assume um duplo desafio. Por um lado, produzir conhecimento sociológico sobre uma temática emergente e, por outro lado, compreender a dinâmica de uma rede muito particular (Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados).

Assim, para a presente investigação preconiza-se como principal objectivo:

- Compreender as lógicas e as estratégias de acção colectiva dos atores integrantes da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo.

Posteriormente, como objectivos específicos preconiza-se:

- Caracterizar a Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados no Alentejo.
- Compreender as interações partilhadas pelos diferentes atores que constituem a rede.
- Identificar o processo de comunicação (partilha de informação).
- Identificar o posicionamento dos atores na rede.

Bibliografia

Arco, H. (2010). Tecendo Redes. Dissertação de doutoramento em Sociologia. Évora. Universidade de Évora, pp 416.

Aron, R. (2010). As etapas do pensamento sociológico. 9.^a ed. Local: Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Castells, M., Cardoso, G. (2005). A Sociedade em Rede: Do conhecimento à acção política. Acedido a 18 de Fevereiro de 2013, em URL:
http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/Sociedade_em_Rede_CC.pdf

Cruz, M. (2010). Teorias Sociológicas: os fundadores e os clássicos (Antologia de textos) I. Volume. 6.^a ed. Local: Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian Serviço de Educação e bolsas.

Elias, N. (2004). A Sociedade dos Indivíduos: a questão cardeal da sociologia. 2.^a ed. Local: Lisboa. Publicações Dom Quixote.

Fernandes, A. & Botelho M. (2007). Envelhecer activo, Envelhecer Saudável: O grande desafio. Fórum Sociológico N.º17. Acedido a 10 de Março de 2013, em URL:
<http://forumsociologico.fcsh.unl.pt/Detalhes.aspx?ID=Ed17Art01.html>

Fialho, J. (2008). Redes de Cooperação interorganizacional: o caso das entidades formadoras do Alentejo Central. Dissertação de doutoramento em Sociologia. Évora. Universidade de Évora, pp. 324.

Friedberg, E. (1993). O Poder e a Regra: Dinâmicas de acção Organizada. Lisboa: Instituto Piaget.

Lopes, L. (2007). Envelhecimento Activo: Uma via para o bem-estar. Fórum Sociológico N.º17. Acedido a 10 de Março de 2013, em URL:

<http://forumsociologico.fcsh.unl.pt/Detalhes.aspx?ID=Ed17Art01.htm>

Moreira, P. (2002). Cooperação Inter – Organizacional: Das trajectórias às redes. Colecção Estudos Temáticos 1. Local: Lisboa. INOFOR.

Oliveira, P. (2007). Viver cada vez mais: Um “Retorno ao Éden”? – Impactos do envelhecimento demográfico na qualidade de vida dos mais velhos. Fórum Sociológico N.º17. Acedido a 10 de Março de 2013, em URL:

<http://forumsociologico.fcsh.unl.pt/Detalhes.aspx?ID=Ed17Art01.html>

Ribeiro, J. et. al. (2011). Relatório Final realizado pelo Grupo Técnico para a Reforma Hospitalar criado pelo Despacho N.º 10.601/2011 do Ministro da Saúde, publicado em Diário da República N.º 162, 2ª Série, de 24 de Agosto de 2011. Acedido a 18 de Dezembro de 2012, em URL:

http://www.portaldasaude.pt/NR/rdonlyres/84FCFCE2-3C84-4ABE-8E5F-AD4DDB0B46F4/0/RelatorioGTRH_Nov2011.pdf.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA (CNJ): UM CASO DE SUCESSO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL NO BRASIL E NO MUNDO

REJANE MARIA RODRIGUES NEVES
Conselho Nacional de Justiça (CNJ)
rejane.neves@cnj.jus.br

FÁBIA GALVÃO COSTA MACHADO
Conselho Nacional de Justiça (CNJ)
fabia.machado@cnj.jus.br

Resumo

Criado em 2004, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) é o órgão de controle, gestão estratégica e transparência do Poder Judiciário no Brasil. É seguido por mais de 2,3 milhões de pessoas nas redes sociais e está entre os 10 perfis institucionais mais repercutidos em todo o mundo no Facebook, ranking do qual também fazem parte a NASA e a Casa Branca dos EUA. Nos últimos 7 anos, a organização tem conseguido se comunicar e se relacionar com a sociedade brasileira de maneira próxima, simples e efetiva no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, disseminando informações relevantes sobre justiça, cidadania e direitos humanos. O Conselho promove a interlocução entre os cidadãos e o Poder Judiciário, oferecendo um canal direto de comunicação com a sociedade por meio dos meios digitais. Todos os resultados alcançados pelo CNJ nas redes sociais são 100% orgânicos, ou seja: sem qualquer investimento de recursos financeiros e por meio do uso totalmente gratuito das plataformas. Além disso, todos os conteúdos publicados nos canais digitais são produzidos pela Secretaria de Comunicação Social do Conselho. Nesse sentido, a atuação do CNJ nas redes sociais, pioneira e nacionalmente reconhecida, é um case de sucesso no âmbito da comunicação pública digital e certamente pode colaborar para a construção de uma pauta diversificada, interessante e útil aos participantes do CIREs. Tanto no âmbito da pesquisa quanto na disseminação de boas práticas que podem vir a ser adotadas por outros órgãos públicos, instituições e organizações civis.

Palavras-chave: Conselho Nacional de Justiça, CNJ, redes sociais, comunicação pública.

Abstract

Created in 2004, the Brazilian National Council of Justice (CNJ) is the public institution of control, strategic management and transparency of the judiciary power in Brazil. It is followed by more than 2.3 million people in its social networks and currently is among the 10 most reverberated institutional profiles in the world on Facebook, a ranking that also includes NASA and the US White House. In the last 7 years, the organization has managed to communicate and interact with the Brazilian society in a close, simple and effective way on Facebook, Twitter, Instagram and YouTube, disseminating relevant information about justice, citizenship and human rights. The Council promotes the dialogue between citizens and the Judiciary, offering a direct channel of communication with society through the digital means. All the results achieved by CNJ in the social networks are 100% organic: without any investment of financial resources and through the totally free use of platforms. In addition, all the content published on digital channels is produced by the Council's Social Communication Secretariat. In this sense, the pioneering and nationally recognized performance of CNJ in social networks is a successful case in the field of digital public communication and certainly can contribute to the construction of a diverse, interesting and useful agenda for CIREs participants in the scope of research and in the dissemination of good practices that may be adopted by other public agencies, institutions and civil organizations.

Keywords: National Council of Justice, CNJ, social media, public communication.

Sobre o CNJ

O Conselho Nacional de Justiça (CNJ) é uma instituição pública brasileira criada em 2005 para aperfeiçoar o sistema judiciário brasileiro, principalmente no que diz respeito ao controle e à transparência administrativa e processual. Desde setembro de 2016, o Conselho é presidido pela ministra do Supremo Tribunal Federal (STF) Cármen Lúcia.

O Conselho tem a missão de contribuir para que a prestação jurisdicional seja realizada com moralidade, eficiência e efetividade em benefício da Sociedade e é um instrumento efetivo do Poder Judiciário.

Na Política judiciária, o CNJ zela pela autonomia do Poder Judiciário e pelo cumprimento do Estatuto da Magistratura, expedindo atos normativos e recomendações. Na gestão, define o planejamento estratégico, os planos de metas e os programas de avaliação institucional do Poder Judiciário.

Já a prestação de serviços ao cidadão acontece por meio do recebimento de reclamações, petições eletrônicas e representações contra membros ou órgãos do Judiciário, inclusive contra seus serviços auxiliares, serventias e órgãos prestadores de serviços notariais e de registro que atuem por delegação do poder público ou oficializado.

O Conselho Nacional de Justiça também julga processos disciplinares e assegura ampla defesa aos réus, podendo determinar a remoção, a disponibilidade ou a aposentadoria com subsídios ou proventos proporcionais ao tempo de serviço e aplicar outras sanções administrativa aos magistrados e às unidades judiciárias.

Desenvolver melhores práticas e dar celeridade aos serviços judiciais é outro desafio do CNJ, que elabora e publica relatórios estatísticos sobre movimentação processual e outros indicadores pertinentes à atividade jurisdicional em todo o Brasil.

CNJ nas redes sociais: histórico e atualidade

Ao longo de sete anos, desde 2010, o Conselho Nacional de Justiça construiu de maneira 100% orgânica uma história nas redes sociais que atualmente o posiciona como um dos 10 maiores perfis de comunicação pública do mundo no Facebook.

10 + de comunicação pública no mundo (Facebook)

1		NASA
2		The White House
3		Exército Brasileiro
4		Ministério da Educação
5		Senado Federal
6		Caixa
7		Ministério da Saúde
8		Ministério da Justiça e Segurança Pública
9		Conselho Nacional de Justiça
10		Superior Tribunal de Justiça

Figura 1: ranking dos 10 perfis de comunicação pública do mundo. Fonte: Facebook

Apenas em abril de 2017, os canais digitais do CNJ (Facebook, Twitter e Instagram) alcançaram 304 milhões de pessoas.



Figura 2: números do CNJ nas redes sociais. Fonte: Facebook, Twitter, Instagram e YouTube

O que significa o alcance do CNJ nas redes sociais?

O desempenho dos canais digitais do Conselho Nacional de Justiça proporciona o cumprimento de uma das suas missões essenciais: a transparência. Na medida em que os conteúdos dão visibilidade à atuação da justiça brasileira e às decisões e realizações do Conselho, a sociedade brasileira tem a oportunidade de ter conhecimento desses conteúdos de maneira gratuita, simples e acessível.

A publicação de conteúdos de utilidade pública com foco na divulgação dos direitos do cidadão e de noções de justiça, cidadania e direitos humanos também promove transformação social. Diariamente, milhões de brasileiro têm acesso a informações que podem mudar suas vidas, seja por meio de uma denúncia, de um alerta de saúde, da consciência de um direito antes desconhecido ou de uma condição abusiva que pode ser combatida.

Não obstante, por meio de abordagens simples, afetivas e pensadas para cada canal digital, o cidadão se aproxima do poder público e da pauta judiciária. São conteúdos humanizados e que traduzem assuntos historicamente tratados com formalismo para a sociedade.

Posts de grande repercussão com temas da saúde no Facebook



2.838.251

pessoas alcançadas

144.479 interações

31.347

compartilhamentos

Data: 7/4/2017

Figura 3: post sobre depressão publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook



495.950

pessoas alcançadas

19.762 interações

6.419

compartilhamentos

Data: 17/4/2017

Figura 4: post sobre suicídio publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook

Posts de grande repercussão com temas do direito no Facebook



2.497.018

pessoas alcançadas

39.244 interações

27.939

compartilhamentos

Data: 30/6/2016

Figura 5: post sobre suicídio publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook



1.085.461
pessoas alcançadas

20.063 interações

15.259
compartilhamentos

Data: 6/12/2016

Figura 6: post sobre direitos da pessoa com câncer publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook



1.053.068
pessoas alcançadas

41.709 interações

9.707
compartilhamentos

Data: 16/5/2017

Figura 7: post sobre casamento e união estável publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook

Posts de grande repercussão com temas do direito da mulher no Facebook



1.604.633
pessoas alcançadas
29.153 interações
14.898
compartilhamentos
Data: 27/5/2016

Figura 8: post sobre o crime do estupro publicado na fan page do CNJ. Fonte: Facebook



2.131.700 pessoas alcançadas no Facebook,
Twitter e Instagram

Campanha veiculada de 24/2/2017 a 1º/3/2017

Figura 9: campanha sobre a liberdade feminina. Fonte: Facebook

#AdotarÉamor: a mobilização digital que transbordou no Twitter

No Brasil, desde 2008 quem reúne as informações sobre adultos dispostos a adotar e crianças e adolescentes em busca de uma nova família é o Conselho Nacional de Justiça, por meio do Cadastro Nacional de Adoção (CNA). A ferramenta digital auxilia os juízes das Varas da Infância e da Juventude na condução dos procedimentos dos processos de adoção em todo o país.

Só em abril de 2017, eram mais de 33 mil pretendentes e cerca de 8 mil jovens à espera de um lar. Por vários motivos, incluindo expectativas por parte dos adotantes de ter filhos com pouca idade, brancos e sem irmãos enquanto 78% dos candidatos têm mais de 13 anos, são pardos ou negros e têm irmãos, a adoção ainda precisa ser ressignificada no Brasil.

Por sediar o Cadastro Nacional de Adoção e compreender a importância desse tema, no Dia Nacional da Adoção (25 de março) e durante todo o mês da data comemorativa o CNJ promoveu a campanha #AdotarÉamor nas redes sociais. Não obstante, em parceria com o clube de futebol Corinthians, que possui a segunda maior torcida do país e uma das maiores presenças digitais entre os times, a *hashtag* da ação entrou em campo num jogo do campeonato brasileiro estampando a camisa do time paulista. A ação não teve qualquer ônus para o Conselho e gerou uma contrapartida social para o clube.

No dia 25 de março, unidades judiciárias, organizações que atuam em favor da adoção, artistas e influenciadores das redes sociais twittaram com #AdotarÉamor, igualmente sem receber nenhum tipo de pagamento ou benefício direto por isso. Esse movimento transformou a campanha do Conselho Nacional de Justiça em um dos 10 assuntos mais comentados do Twitter no Brasil, um trending topic. Alcançou mais de 108 milhões de pessoas e teve mais de 2 mil posts (tweets) publicados, segundo dados da plataforma

Campanha #AdotarÉamor

Ação com o Corinthians 



Figura 10: campanha do CNJ estampa camisa do Corinthians. Fonte: Corinthians F.C.

Campanha #AdotarÉamor

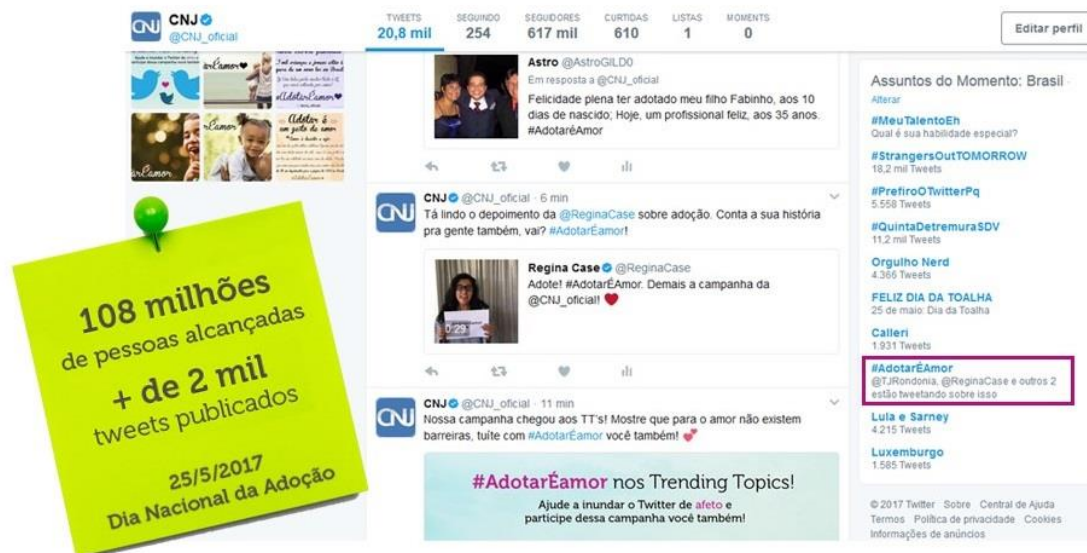


Figura 11: campanha do CNJ foi trending topic no Twitter. Fonte: Twitter

Criança não namora: recorde mundial

No dia 8 de abril de 2017, a *fan page* do Conselho Nacional de Justiça publicou o post “Criança não namora”, propagando a mensagem de uma campanha originalmente criada pela Secretaria de Assistência Social do Estado do Amazonas (AM) que trata da importância de preservar a infância e não sexualizar precocemente as crianças. O resultado foi um alcance que superou todas as publicações que o CNJ já tinha feito em todas as suas redes digitais desde 2007: mais de 12 milhões de pessoas, número que corresponde a 5% da população brasileira.

Mais de 163 mil compartilhamentos promoveram essa abrangência, que posicionaram o Conselho Nacional de Justiça como a página de comunicação pública do Facebook mais relevante do mundo, graças ao maior alcance mundial desse dia registrado pela ferramenta Quintly. O post-recorde superou todas as publicações feitas pela página oficial da Casa Branca desde a posse do presidente Donald Trump, e também os posts feitos por estrelas mundiais como Lady Gaga, ou pela cantora brasileira Ivete Sangalo.

Recorde mundial



12.169.343
(5% da população brasileira)
pessoas alcançadas

788.724 interações

163.142 compartilhamentos

Dia 8/3 a fan page do CNJ teve o maior alcance do mundo segundo o Quintly

Data: 8/4/2017

Figura 12: Post publicado pelo CNJ posicionou a página do órgão público como a de maior alcance do mundo. Fonte: Quintly

Diversidade e inovação nas redes sociais

A trajetória da comunicação pública desenvolvida nas redes sociais do Conselho Nacional de Justiça é dinâmica como os meios digitais, que constantemente se transformam. Nesse sentido, o CNJ experimenta novas plataformas e formatos para continuar dialogando com a sociedade brasileira de maneira efetiva.

Em abril de 2017, o Conselho publicou seu primeiro post no BuzzFeed, uma plataforma que permite a publicação de posts em formato de blog interativo, enquetes e testes, formato escolhido para tratar da língua portuguesa.

Já no mês de maio do mesmo ano, foi publicado o primeiro artigo do Conselho Nacional de Justiça no Medium, canal que reúne textos autorais de vários gêneros de grande repercussão em vários países.

CNJ no BuzzFeed

Community

Desafio CNJ: 10 perguntas para testar o seu português!

A língua portuguesa é para muitos uma paixão. Outros preferem lidar com números e equações o dia inteiro. De um jeito ou de outro, nossa pátria é nossa língua, né? Em 10 perguntas preparadas pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), descubra como está o seu domínio da "língua de Camões"!

publicado 3 de Abril de 2017, 7:42 p.m.



Conselho Nacional de Justiça
Community Contributor

This post has not been vetted or endorsed by BuzzFeed's editorial staff. BuzzFeed Community is a place where anyone create a post. [Learn more](#) ou [publique o seu buzz!](#)

5,6 mil visualizações

Figura 13: Post publicado pelo CNJ no BuzzFeed. Fonte: BuzzFeed

CNJ no

O Conselho Nacional de Justiça (CNJ) estreia no Medium com uma matéria emocionante sobre o apadrinhamento afetivo, uma experiência de convivência entre famílias e crianças e adolescentes que vivem em abrigos. Ele pode transformar vidas e ser o primeiro passo para uma adoção! #AdotarÉamor



Crianças em abrigos: a história de um apadrinhamento afetivo

O nascimento do afeto entre uma menina e uma família

MEDIUM.COM

Figura 14: Post publicado pelo CNJ no Medium. Fonte: Facebook

Bibliografia

<http://www.cnj.jus.br/>

www.facebook.com/cnj.official/

[twitter.com/](https://twitter.com/cnj)

www.instagram.com/cnj_oficial/

www.youtube.com/user/cnj

medium.com/@conselhonacionaldejustica

www.buzzfeed.com/conselhonacionaldejustica/

<https://www.quintly.com/>

2 - EDUCAÇÃO E CIDADANIA E INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA

REDE COLABORATIVA DE ESCOLAS NO PROCESSO DE GESTÃO CURRICULAR CONTEXTUALIZADA

SÍLVIA DE ALMEIDA

Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (CICS.NOVA/ FCSH-UNL)
salmeida@fcs.unl

MARIA DO CÉU ROLDÃO

Centro de Estudos em Desenvolvimento Humano, Faculdade de Educação e Psicologia, Universidade Católica Portuguesa
mrceuroldao@gmail.com

EVA GONÇALVES

CICS.NOVA/ FCSH-UNL
evag@fcs.unl.pt

SUSANA BATISTA

CICS.NOVA/ FCSH-UNL
susanabatista@fcs.unl.pt

MARIA JOÃO DE CARVALHO

Centro de Investigação e Intervenção Educativas, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
mjc@utad.pt

Resumo

A acompanhar as mudanças na organização dos sistemas educativos desde a década de 80 do século XX, que se pautam por modos de regulação mais descentralizados, horizontais e em rede, têm surgido políticas de *accountability* reflexiva, que supõem o compromisso e autoavaliação por parte dos atores locais sobre as suas práticas. Paralelamente, e com o conhecimento a assumir um papel central na ação social, a profissão de professor tem vindo a ser redefinida em função de um modelo do professor reflexivo, que é capaz de melhorar as suas práticas através de processos de autoavaliação e de trabalho colaborativo intra e entre escolas. Neste estudo, centramo-nos no equacionamento destas questões sobre o tema do currículo, que se constitui de certa forma como paradigmático nas mudanças verificadas na regulação do sistema, ao passar de um paradigma do currículo uniforme e prescritivo para um paradigma da flexibilização ou gestão curricular contextualizada, colocando no centro o trabalho das escolas e dos professores. A introdução deste paradigma pelas políticas educativas determinou às escolas a elaboração de um projeto curricular.

O presente estudo foi desenvolvido no âmbito do Projeto Curriculum Monitor, que se centra no desenvolvimento de modelos de análise e avaliação curricular, e do Projeto ESCXEL, uma rede de trabalho colaborativo entre municípios, escolas e um centro de investigação. Pretende-se, assim, perceber: i) De que forma as escolas concebem e mobilizam o projeto curricular como documento estratégico? ii) Como é que a participação em rede pode ajudar a melhorar as práticas de gestão curricular e tornar os profissionais mais reflexivos sobre essas práticas?

Privilegiou-se uma metodologia qualitativa, através da análise de conteúdo aos Projetos Curriculares e a técnica do *focus group* aplicada a três unidades orgânicas.

Os principais resultados demonstram que a natureza prescritiva da produção deste tipo de documentos, articulada com a pouca tradição de autonomia na condução do ensino por parte das escolas, e ainda o hábito predominante de trabalho docente em lógica individual/departamental, configuram explicações para uma escassa valia estratégica dos Projetos Curriculares como instrumentos de gestão curricular. Ainda assim, identificaram-se nos discursos algumas práticas de contextualização curricular que podem ser potenciadas com a participação em rede.

Palavras-chave: redes colaborativas de escolas; gestão curricular; projetos curriculares; profissional reflexivo

Abstract

Since the 80's of the 20th century, along with changes in educational systems towards decentralized modes of regulation, horizontal and networks, policies have been introducing reflexive accountability practices that presume commitment and self-assessment by local actors about their own practices. Therefore, and also because knowledge has been assuming a central role within social action, teaching is being redefined according to the model of the reflexive teacher, a professional capable of improving his actions through self-assessment and collaborative work between colleagues and schools.

In this paper, we focused on the Curriculum to study decentralized modes of regulation, and reflexive accountability practices. The evolution of the development of the Curriculum in schools is another expression of changes in educational systems regulation: from a prescriptive curriculum to be applied in all schools, to a contextualized curriculum management paradigm that places at the centre schools and teachers work. The new paradigm of curriculum management in schools, introduced by recent educational policies, determines that each school has to design its own Curriculum Project.

Present study was developed within the scope of Curriculum Monitor Project, and aims to develop curricular analysis and evaluation templates, and of ESCXEL Project, a collaboration network between municipalities, schools and a research centre. Therefore, it is intended to understand: i) in which way schools conceive and mobilize the curricular project as a strategic document?; ii) how can participating in a network can help improve schools' curricular management practices and, at the same time, help teachers became more reflexive about their practices?

Results show that Curriculum Projects are not usually mobilized as curriculum management tools in schools, because: i) they usually follow the prescriptive template; ii) teachers express a low ability to manage and contextualize curriculum; iii) and, also, teachers appear to maintain an individual or departmental approach to work. Also, it was possible to identify, in interviews, some curriculum management practices that can be enhanced within a schools' network.

Keywords: schools collaborative networks; curricular projects; reflexive professional

Profissionais reflexivos em rede na gestão contextualizada do currículo?

A acompanhar as mudanças na organização e funcionamento dos sistemas educativos desde a década de 80 do século XX, que se pautam por modos de regulação mais descentralizados, horizontais e em rede, configurando um sistema complexo de regulação promovido por diferentes escalas e atores (Barroso, 2005), têm surgido políticas de regulação pelos resultados (Maroy, 2013). Estas políticas caracterizam-se pela utilização de instrumentos de monitorização e avaliação, como provas de alunos ou avaliações de escolas, para medir os desempenhos das escolas e, indiretamente, o trabalho dos professores. Num quadro de crescente cultura de avaliação e *accountability*, espera-se que estes profissionais respondam a objetivos e indicadores pré-definidos, situação que é apontada como geradora de *stress* profissional e mesmo de desmotivação junto da classe profissional (Ball, 2003).

No contexto europeu, estes instrumentos de regulação pelos resultados, também chamados de políticas de *accountability* “reflexiva” (Maroy, 2013), supõem o compromisso e reflexividade sobre práticas e resultados por parte dos atores locais, promovendo processos de autoavaliação (Afonso & Costa, 2011; Ozga, 2009) com vista à melhoria do sistema.

Com o conhecimento a assumir um papel central na ação social (Pons & Van Zanten, 2007), a profissão de professor tem vindo assim a ser redefinida em função de um modelo do professor reflexivo (Perrenoud, 1993; Cattonar & Maroy, 2000), em que os professores são considerados profissionais capazes de mudar e melhorar as suas práticas através de processos de autoavaliação, da constituição de comunidades de aprendizagem profissionais nas escolas (Hargreaves, 2003; Normand & Derouet, 2011) e do trabalho em redes colaborativas de escolas (Wohlstetter et al., 2003; Veugelers & O’Hair, 2005; Kubiak & Bertram, 2010).

Os modos de regulação horizontais e em rede promovidos por redes de escolas enquadram-se nas já mencionadas mudanças normativas na organização e gestão dos sistemas educativos das últimas décadas. Constituem formas de regulação voluntária de natureza colaborativa (Justino & Batista, 2013), porque a sua constituição decorre da vontade dos próprios atores em unir ações para atingir objetivos comuns, o que

influencia não apenas a alocação e gestão de recursos, mas também os objetivos e os resultados educativos. Em Portugal, a constituição de redes ou parcerias entre escolas, que muitas vezes incluem outros atores como autarquias, organizações da sociedade civil ou instituições do ensino superior, tornou-se comum. A maioria tem como principais objetivos a promoção do sucesso educativo, a redução do abandono escolar e da saída escolar precoce, ou para chamar a atenção para questões específicas como o voluntariado (Batista, Gonçalves & Santos, 2016).

Tendo em conta este enquadramento, interessa perguntar se, e de que forma, o modelo de profissional reflexivo pode ser potenciado pelo facto de a organização onde este trabalha estar inserida numa rede de escolas, e em que medida tal forma de regulação contribui para uma maior autoavaliação e melhoria das práticas profissionais.

Neste estudo, centramo-nos no equacionamento destas questões sobre o tema do currículo, que se constitui de certa forma como paradigmático nas mudanças verificadas na regulação do sistema. Com efeito, o debate na agenda das políticas educativas internacionais na década de 90 do século XX sobre a gestão curricular, com respaldo no campo teórico, conduziu, nos países de tradição centralista como em Portugal, à substituição de um paradigma do currículo uniforme e prescritivo para um paradigma da flexibilização ou da gestão curricular contextualizada (Roldão, 1999, 2000; Almeida, no prelo).

A partir de então, verificou-se a necessidade de diferenciar dois grandes níveis de decisão curricular: i) o nível central que estabelece o *core curriculum* (Skilbeck, 1982, 1994); ii) o nível institucional, relacionado com a atribuição às escolas de poder de decisão quanto à adequação desse *core curriculum* às suas situações particulares, corporizado num Projeto Curricular de Escola/Agrupamento (PC).

Malcolm Skilbeck define o conceito de *core curriculum* no contexto da universalização escolar e conseqüente diversidade dos públicos como um conjunto de aprendizagens:

“I have described these learnings as basic and essential. They are basic in that they are intended to provide a foundation or base on which subsequent or related learnings may be built. They should provide learners with conceptual and methodological tools to continue their own learning. They are essential in the sense that they are intended to equip learners for a satisfying and effective participation in social and cultural life”. (Skilbeck, 1982, p. 23).

“That part of the whole curriculum which in broad outline is this common to all schools, defined in partnership by central and local bodies and interpreted by schools” (Skilbeck, 1994, p. 96).

Essa mudança de paradigma configurou, no caso português, a prescrição de um binómio curricular que se traduziu: i) na definição de aprendizagens curriculares essenciais comuns (*core curriculum*) expressas no *Currículo Nacional do Ensino Básico – Competências essenciais* (Ministério da Educação, 2001); ii) articuladas com a diversidade de PCs elaborados pelas escolas e correspondentes a contextos diferenciados (Roldão, 1999, 2000, 2003).

É neste sentido que o conceito de contextualização curricular é mobilizado pela literatura, discurso político e pelos profissionais da educação, embora ainda desprovido de uma definição consensual. O conceito surge relacionado com a ideia da necessidade de se adaptar o currículo prescrito ao contexto local em que se desenvolve e, especialmente, aos alunos de forma a se facilitar a apropriação do conhecimento escolar. Esta definição geral assume várias perspetivas, das quais sublinhamos duas por serem as mais recorrentes na literatura e no discurso educativo português desde a Lei de Bases do Sistema Educativo (1986), especialmente a partir do Projeto de Gestão Flexível do Currículo (Despacho n.º4848/97, de 30 de Julho) e da Reorganização Curricular do Ensino Básico (Ministério da Educação, 2001); i) a referência ao conhecimento da comunidade local (caraterísticas culturais, costumes, saberes) pela articulação do saber oficial com o saber experiencial dos alunos ou da cultura local em que se insere a escola, de forma a permitir a transposição do que os alunos aprendem no espaço escolar para outros contextos sociais (Ball, 1992), ou; ii) o conhecimento, interesses, caraterísticas e percursos dos alunos (Goodson & Crick, 2009).

O currículo tem sido assim concebido na discursividade política como uma construção participada por vários atores sociais, em que se atribui mais autonomia à escola para a conceção, desenvolvimento e avaliação dos PCs em articulação com o currículo nacional.

Percebe-se, deste modo, a centralidade do PC pois, em articulação com o Projeto Educativo da Escola/Agrupamento (PE), constitui um documento fundamental para a construção da autonomia curricular da escola e dos professores, direcionado para a melhoria da qualidade das aprendizagens e do sucesso educativo dos alunos, ao adaptar-se precisamente aos respetivos contextos. Este documento potencia a gestão curricular das escolas/professores com o objetivo de partilhar e fixar estratégias comuns sobre “o quê, quando, como e quando e como avaliar” (Gimeno, 1989, p.14).

Passados vinte anos da introdução do Projeto de Gestão Flexível do Currículo que culminou com a obrigatoriedade da elaboração de um PC pelas escolas, e com o retomar de políticas de flexibilização curricular em curso pelo atual poder político em Portugal (Projeto Autonomia e Flexibilidade - maio de 2017¹), importa refletir sobre as práticas de gestão curricular nas escolas.

1. Objetivos e metodologia

1.1 Objetivos e constituição da amostra

Este estudo centra-se no desafio do professor como profissional reflexivo, mais especificamente enquanto profissional que reflete sobre as práticas de desenvolvimento do currículo no contexto escolar concreto em que as implementa. Realizou-se no âmbito da nossa participação, enquanto investigadoras, em dois projetos: i) o Projeto Curriculum Monitor, que visa desenvolver modelos de análise e de avaliação curricular e produzir conhecimento científico sobre organização, desenvolvimento e políticas curriculares; ii) uma rede de escolas, a Rede ESCXEL – Rede de Escolas de Excelência², que tem como objetivo fundamental a melhoria contínua da qualidade e do desempenho das escolas, e que se baseia numa parceria entre oito municípios, as respetivas autarquias e escolas públicas, e uma equipa de investigadores do CICS.NOVA. A Rede ESCXEL caracteriza-se pela promoção de processos de autoregulação e de reflexão num ambiente colaborativo, em que os investigadores disponibilizam os seus conhecimentos e competências científicos para a elaboração de instrumentos que são, em simultâneo, instrumentos de regulação e recursos para a ação dos atores escolares, mas apropriados e mobilizados por estes de forma distinta (Batista, Gonçalves & Santos, 2016).

Procurando conciliar características e preocupações comuns aos dois projetos, este estudo pretende dar resposta a duas questões principais: De que forma as escolas concebem e mobilizam o PC como documento estratégico? Como é que a participação em rede pode ajudar a melhorar as práticas de gestão curricular e tornar os profissionais mais reflexivos sobre essas práticas?

¹ Direção-Geral da Educação, consultar em: <http://www.dge.mec.pt/projeto-autonomia-e-flexibilidade-maio-de-2017>.

² www.escxel.com.

O estudo foi desenvolvido sobre as escolas do Projeto ESCXEL. Num primeiro momento, realizou-se uma análise de conteúdo aos PCs destas escolas, que permitiu identificar um conjunto de Agrupamentos e Escolas Não Agrupadas, em que este documento apresentava mais práticas de contextualização curricular. Num segundo momento, foram selecionadas três unidades orgânicas desse grupo de acordo com um conjunto de critérios que permitissem assegurar alguma diversidade e assim possibilitar a comparação entre realidades educativas distintas e, conseqüentemente, elaborar generalizações analíticas (Yin, 2009). Os critérios foram a localização, a dimensão, o desempenho escolar e as características sociais do corpo discente e famílias, tal como se apresentam na Tabela 1.

Tabela 1. Caracterização das unidades orgânicas selecionadas

Unidades orgânicas	Localização	Dimensão ¹	Resultados escolares ²	Percursos diretos de sucesso ³	Habilitação média das mães ⁴	Alunos não beneficiários de apoio social escolar (%) ⁵
Rosa	Interior urbano	1754	2,99 (158)	46,7	12,8	65,8
Azul	Litoral urbano	1893	2,91 (286)	40,3	12,8	69,7
Verde	Interior semi-urbano	1847	2,90 (248)	51,8	10,9	66,9

¹ Medida em função do número total de alunos de cada unidade orgânica, relativo ao ano letivo 2014/2015. MISI. DGECC.

² Representam a média global do 9º ano de escolaridade (que inclui as duas disciplinas de exame, Português e Matemática) relativa ao ano letivo de 2015-2016, com os respetivos totais de provas prestadas em cada Agrupamento de Escolas. Fonte: Júri Nacional de Exames.

³ Os percursos diretos de sucesso são a percentagem de alunos do Agrupamento que obtêm classificação positiva nas duas provas finais do 9.º ano após um percurso sem retenções nos 7.º e 8.º anos. Recorreu-se à media ponderada pelo número de alunos, no caso do 3º ciclo, referente aos anos letivos 2014/2015 e 2015/2016. Fonte: Júri Nacional de Exames. DGECC.

⁴ Número médio de anos de escolaridade das mães dos alunos de cada Agrupamento, relativo ao 9º ano de escolaridade. Fonte: MISI. DGECC.

⁵ Percentagem de alunos não beneficiários de apoio social escolar de cada Agrupamento, relativo ao 9º ano de escolaridade. Fonte: MISI. DGECC.

A escola Rosa, localizada na zona urbana de um concelho do interior do país, tem o menor número de alunos (1754), condições socioeconómicas razoáveis (12,8 anos de habilitação média das mães), embora apresente a percentagem mais baixa de alunos sem ação social escolar (65,8%), os melhores resultados nos exames (2,99) e uma média percentagem de percursos diretos de sucesso (46,7%).

Já a escola Azul, do litoral urbano, é a de maior dimensão (1893), tem boas condições socioeconómicas (12,8 anos de habilitação médias das mães e 69,7% de alunos sem

ação social escolar), mas resultados médios comparados com as restantes escolas, sobretudo pela menor percentagem de percursos diretos de sucesso (40,3%, o que indica maior repetência).

Com dimensão média em termos de número total de alunos (1847), a escola Verde situa-se no interior semi-urbano, tem as piores condições socioeconómicas (apenas 10,9 anos de habilitação média das mães e 66,9% dos alunos sem ação social escolar), e os piores resultados nas provas nacionais do 9º ano; no entanto, a maior percentagem de percursos diretos de sucesso, 51,8% dos alunos, que significa menor repetência.

1.2 Metodologia: *Focus Group* e análise de conteúdo

Nas escolas em estudo, utilizou-se a técnica da entrevista *focus group* como instrumento complementar de recolha e triangulação de informação, pois permite apreender tópicos que acrescentam mais-valias à análise e que não seriam possíveis de aferir com outras técnicas (Morgan, 1997). Em particular, esta técnica permitiu-nos considerar como é que o PC de cada agrupamento de escolas foi construído, quais as perceções sobre este instrumento e como vai sendo implementado e monitorizado pelo grupo de professores que assume lideranças intermédias nas unidades orgânicas.

Os grupos foram constituídos por professores que assumem cargos de lideranças intermédias, como os coordenadores de departamento e/ou de ano ou ciclo, consoante a organização interna de cada unidade orgânica, os coordenadores dos diretores de turma, alguns diretores de turma e coordenadores de outros organismos existentes nas escolas como o gabinete de apoio aos alunos. Todos estes elementos têm como uma das suas funções liderar as equipas que, entre outros objetivos, implementam o PC no dia-a-dia das escolas.

A garantia da fiabilidade dos resultados obtidos através do *focus group* ficou salvaguardada através: i) da constituição de seis grupos (dois grupos em cada unidade orgânica), cada um constituído por 3 a 6 elementos, observando assim algumas das regras de utilização desta técnica de recolha de informação (Galego & Gomes, 2005; Morgan, 1996; Smithson, 2000); ii) pela utilização de um guião de questões construído com base no livro *Gestão Curricular. Fundamentos e Práticas* (Roldão, 1999; Roldão & Almeida, no prelo), especialmente, sobre os seis campos de decisão curricular

inerentes aos dois níveis de deliberação curricular, o central e o institucional (ambições da escola; opções e prioridades; organização das aprendizagens; métodos e estratégias de ensino e avaliação; modos de funcionamento e organização da escola e das aulas; avaliação do resultado de cada uma das opções do projeto curricular) que guiaram ainda a construção do sistema de categorias das entrevistas em grupo, bem como anteriormente a análise de conteúdo dos PCs em implementação na Rede ESCXEL, cujos resultados prévios forneceram orientações para a condução/análise dos seis *focus group*; iii) e, ainda, pela dinamização dos *focus group* por um investigador que assumiu a figura de moderador realizando as funções de promotor da participação de todos os atores presentes, da interação entre os elementos e de orientador da discussão para garantir a não dispersão sobre os assuntos abordados (Galego & Gomes, 2005).

Assim, o sistema de categorias dos discursos produzidos foi construído de forma dedutiva com base nos seis campos de decisão curricular (Roldão, 1999; Roldão & Almeida, no prelo) e nos resultados de numa primeira análise de conteúdo aos PCs dos agrupamentos em estudo, assim como de forma indutiva a partir da leitura das entrevistas e dos objetivos da nossa investigação (Anexo 1). Como unidade de enumeração das categorias temáticas, privilegiou-se a frequência. A análise de conteúdo foi realizada com o auxílio do *software* MAXQDA 12.3.1. Com o objetivo de garantir a validade da categorização (Krippendorff, 2004[1980]) considerando as questões que este processo coloca de eventual imputação múltipla, procedeu-se a uma segunda identificação dos temas problematizados, tendo-se obtido um índice de concordância de 90% para as codificações realizadas por dois juízes.

2. Análise dos Resultados

2.1 Registo dos atores educativos sobre as práticas curriculares

De uma forma geral, os atores educativos entrevistados não parecem conceber os PCs como documentos estratégicos, desde logo porque alguns manifestaram o desconhecimento total do PC do seu agrupamento e, outros, reconhecem não ter presente o seu conteúdo. O registo oral dos participantes nos *focus group* permite perceber que, em geral, a elaboração do PC do seu agrupamento não consistiu num processo participado:

“Coordenadora dos Diretores de Turma do Ensino Secundário: Nós não escrevemos os documentos e por isso é que as nossas respostas são mais evasivas. É claro que já lidámos com os documentos, mas não conseguimos identificar o que lá está escrito em cada página” (Grupo 1, escola Rosa).

“Professora do 1º ciclo: Mas o facto é que a realidade do 1º ciclo é uma realidade completamente distinta, pelo facto de ter uma professora titular, cada professora tem simplesmente uma turma, que neste agrupamento a acompanha desde o 1º ao 4º ano, em que se estabelecem laços, positivos ou negativos, mas que se estabelecem laços grandes com cada aluno, e no fundo tudo o que está escrito em qualquer um destes documentos estruturantes faz parte do nosso dia-a-dia, sem nunca nos debruçarmos muito tempo sobre eles. Porque não temos muito tempo. Porque efetivamente temos 25 horas e o nosso trabalho na escola é um trabalho de sala de aula, não é muito um trabalho que nos permita, em grupo, refletir sobre estes documentos” (Grupo 2, escola Rosa).

O discurso, com alguma frequência, assume a primeira pessoa ou a representação do departamento, remetendo ora para práticas de cariz individualista, professores que trabalham de forma isolada, ora para um tipo de colegialidade artificial definida por Hargreaves como “balcanização do ensino” (Hargreaves, 1994; Lima, 2000).

Este tipo de colegialidade, em que os professores trabalham em subgrupos reduzidos, como ocorre nos departamentos disciplinares, caracteriza-se por: i) baixa permeabilidade à entrada de membros de outros subgrupos; ii) permanência elevada, pois a filiação permanece estável ao longo do tempo; iii) identificação pessoal, uma vez que implica a adesão a uma tradição específica com uma visão particular sobre o ensino; iv) compleição política, por disputarem com outros subgrupos os recursos, promoções e *status* no interior de uma escola. Seguem-se alguns excertos exemplificativos:

“Coordenador do Departamento de Expressões: No meu caso específico, nos critérios de avaliação tenho sempre alguns itens que dizem respeito aos conhecimentos e outros que dizem respeito às competências. E como estão ali identificados nos trabalhos dos alunos e a cotação de cada um, eles sabem logo ali como estão. E há sempre duas coisas que em quase todos os trabalhos avalio, que é a competência da criatividade e da expressividade e sentido estético” (Grupo 2, escola Verde).

“Coordenador do Departamento de Ciências Experimentais: [...] A avaliação formativa é que incide sobre os testes, questões de aula, fichas de controle, desempenho da parte experimental, desenvolvimento de trabalho de projeto, apresentações orais, mais nos níveis do secundário. E relatórios científicos. Este ano no 12º de física comecei também a entrar pela parte de portefólio porque foi a maneira de avaliar aquilo que eles estavam a produzir em termos práticos” (Grupo 1, escola Verde).

“Coordenador do Departamento de Expressões: Começando logo pela avaliação de diagnóstico. O tipo, os conteúdos, os critérios da avaliação de diagnóstico são definidos em grupo antes do início das aulas pelo departamento para que não haja grandes diferenças e para que os critérios sejam semelhantes” (Grupo 2, escola Verde).

2.2 Ambição da escola

O nível de decisão curricular sobre as ambições da escola traduz-se na fundamentação no PC, partindo do Projeto Educativo (PE), das linhas de adequação da oferta educativa e a dimensão simbólica da ação pedagógico-curricular distintiva (missão, visão, valores, filosofia ou estratégias gerais de ensino) da escola face ao contexto. Os atores escolares manifestam dificuldade em explicar a articulação entre estes dois documentos. Como consequência, a ambição distintiva da escola face à oferta educativa com base no diagnóstico do PE não está presente nos discursos em análise, embora se fundamente a opção estratégica das escolas pelo ensino profissional, prosseguimento de estudos e vias alternativas ou meramente pelo prosseguimento de estudos.

A operacionalização da dimensão simbólica do PC, tendo como referência o PE não é desenvolvida pelos atores escolares. Não obstante, a ambição distintiva da escola face às estratégias gerais de ensino a ser adotadas pelos departamentos curriculares está presente nos discursos que sublinham, sobretudo, uma das perspetivas da contextualização curricular, a saber, a ligação dos conteúdos à comunidade, bem como a aposta no trabalho experimental/prático e o trabalho colaborativo para e na sala de aula.

2.3 As opções e prioridades

A análise dos discursos revela muita dificuldade em clarificar as opções/áreas prioritárias curriculares privilegiadas pelos PCs das escolas para a melhoria da ação educativa e necessariamente articuladas/desenvolvidas com base nas dos PEs. O que se compreende pela análise dos PCs realizada, pois na sua maioria não elucidam as opções/áreas prioritárias privilegiadas ou limitam-se a reproduzir as dos PEs (Roldão & Almeida, prelo).

Os aspetos curriculares essenciais (*core curriculum*) a desenvolver, em relação às características da população escolar, estão presentes nos discursos que valorizam o desenvolvimento de competências transversais, a educação para a cidadania, bem como o reforço do ensino de saberes estruturantes, a saber, a Língua Portuguesa ou a Matemática, tal como é mencionado nos diplomas legais (Decreto-Lei nº 139/2012, de 5 de julho). Transcrevemos alguns excertos exemplificativos:

“Coordenador do Departamento de Expressões: No caso específico de expressões e de, mais diretamente do meu caso porque eu sou de educação visual, eu principalmente privilegio algumas coisas que, digamos, existem nos programas, mas que eu se calhar prefiro que os alunos, além de adquirirem os conteúdos, mas eu prefiro que eles desenvolvam competências, capacidades e a criatividade e a autonomia, o pensar por si próprio e não pensar por ideias feitas. Porque eu acho que em termos da minha disciplina em particular, acho que a mais valia principal é eles ganharem estas capacidades ou estas competências porque acabam por ser transversais não só à educação visual como a outras áreas de conhecimento e até em questão de futuro e eu privilegio muito mais, no meu caso específico também talvez porque as metas que estão definidas para educação visual e os conteúdos permitem alguma flexibilidade que noutras disciplinas não existem” (Grupo 2, escola Verde).

“Coordenador do Departamento de Expressões: Depois as questões do clima e da aprendizagem muito ligados com questões da disciplina ou da indisciplina. Temos, no agrupamento, alunos, maioritariamente, muito bem comportados, mas temos alguns problemas de indisciplina que se refletem, depois, na questão do clima e da aprendizagem. Queremos que a sala de aula seja um sítio de prazer pela aprendizagem, mas para isso não pode haver comportamentos.... Isso também é uma das nossas questões fundamentais” (Grupo 2, escola Azul).

“Coordenador do Departamento de Expressões: Naquilo que a lei nos permite, por exemplo no 1º ciclo, temos uma hora mais de matemática e uma hora a mais de português” (Grupo 2, escola Rosa).

Nos discursos multiplicam-se medidas de promoção do sucesso escolar, porém, na maioria são concebidas como medidas de remediação como o Apoio ao Estudo, componente das matrizes curriculares do ensino básico “visando a aquisição de competências que permitam a apropriação pelos alunos de métodos de estudo e de trabalho e proporcionem o desenvolvimento de atitudes e de capacidades que favoreçam uma cada vez maior autonomia na realização das aprendizagens” (Decreto-Lei n. 6/2001 de 18 de janeiro, Artigo 5º) e atividades de apoio ao estudo, como as salas de estudo.

Parece assim faltar nos PCs uma leitura sociológica das práticas escolares e pedagógicas que poderia ultrapassar uma conceção das medidas de promoção dos resultados escolares entendidas em termos meramente do deficit cognitivo dos alunos.

Não obstante, são avançadas também medidas pedagógicas para a melhoria dos resultados escolares, sendo as mais referenciadas o trabalho colaborativo na sala de aula, a constituição de equipas pedagógicas e os contactos regulares com os encarregados de educação. Seguem-se algumas passagens exemplificativas:

“Coordenador do 3º ciclo: Depois a escola, sempre que possível, há parcerias nas turmas com a mesma área disciplinar a apoiar quer alunos com necessidades educativas especiais, e esses são normalmente acompanhados por professores do ensino especial no contexto de sala de aula, que também por outros professores que estão na sala de aula em trabalho de parceria, a coadjuvação na sala de aula” (Grupo 2, escola Rosa).

“Coordenador do 1º ciclo 2: [...] articulação com o psicólogo para pedir quando os professores não conseguem perceber muito bem o que está ali por detrás daquele menino ter insucesso, pedir a ajuda do psicólogo, pedir a ajuda da equipa da educação especial” (Grupo 2, escola Verde).

“Coordenador do 2º ciclo: Há outro aspeto que talvez seja importante referir e que, às vezes, passa um pouco despercebido. Estou particularmente atento ao 2º ciclo, mas a nível do 2º ciclo há uma disponibilidade enorme a nível da escola, e eu já passei por muita escola, já sou velho, há uma disponibilidade enorme dos Diretores de Turma para o trabalho com os pais” (Grupo 1, escola Rosa).

2.4 Organização das aprendizagens

O nível de decisão sobre a organização das aprendizagens abrange as competências e corpo de aprendizagens que devem ser adquiridas por todos os alunos da escola e o seu modo de organização (áreas disciplinares ou não disciplinares - oficinas, clubes).

Em relação à oferta de aprendizagens em campos não cobertos pelo currículo nacional, as escolas dispõem de autonomia para introduzir uma disciplina de Oferta Complementar no 1º, 2º e 3º ciclos de escolaridade e, no 7º e 8º anos, acresce a esta escolha uma disciplina de Oferta de Escola (Despacho nº 10-A/2015 de 19 de Junho de 2015).

Segundo os atores escolares, para a Oferta Complementar as escolas selecionam especialmente o ensino da Cidadania, para além disso, disciplinas do currículo prescrito como o Português.

“Coordenador dos Diretores de Turma do 3º ciclo: No 2º e no 3º ciclo nós continuamos a aproveitar essa oferta complementar para a formação cívica, não modificámos e todos os DT trabalham semanalmente uma hora na formação cívica, onde são tratados assuntos de cidadania, atitudes, valores, portanto, sensibilização para a vida social e isso é gerido pela escola” (Grupo 2, escola Rosa).

“Coordenador Departamento de Línguas: [...] Estava a lembrar-me também que uma das opções do nosso projeto é: na Oferta Complementar, no 2º ciclo, temos o Português, para tentarmos, de uma forma lúdica, que os alunos pratiquem aquilo que estudam na disciplina de Português. Portanto, reforçar a expressão escrita e a oral. Também temos a oficina de comunicação e expressão escrita no 3º ciclo. Tudo isto para que as bases da comunicação e da expressão sejam mais consolidadas e que os nossos alunos saiam com melhores competências de expressão de comunicação. Cada vez, vemos e ouvimos mais alunos e a população, em geral, a não conseguirem expressar-se bem, a nível da escrita e da oralidade. Acho que é uma das grandes apostas deste agrupamento” (Grupo 2, escola Azul).

As escolas oferecem poucos saberes não contidos no currículo prescrito. Numa das escolas é possível aos alunos do 1º ciclo frequentarem Iniciação à Programação e, em outra, Filosofia para Crianças. Ainda no 3º ciclo uma escola oferece Produção de imagem. A justificação mais recorrente para a seleção destes saberes da Oferta Complementar é que completam o currículo prescrito ou os seus princípios enunciados nos diplomas legais.

É possível que a seleção privilegiada do saber da Cidadania pelas escolas se deva às indicações da administração central que retirou em 2012 a componente da Formação Cívica dos planos curriculares do ensino básico introduzidas pelo Decreto-Lei n. 6/2001 de 18 de janeiro e determina que esta se torne numa área transversal

“[...] passível de ser abordada em todas as áreas curriculares, não sendo imposta como uma disciplina isolada obrigatória, mas possibilitando às escolas a decisão da sua oferta nos termos da sua materialização disciplinar autónoma” (Decreto-Lei nº 139/2012, de 5 de julho, preâmbulo).

Na Oferta de Escola, as instituições educativas privilegiam as Artes, Robótica e Produção de Imagem e Animação. Assim, neste tipo de oferta, as escolas selecionam

saberes não incluídos no currículo nacional e que, no caso da Robótica, configura uma aproximação da escola aos saberes da comunidade pela proximidade com um Instituto Politécnico que investe nesta área.

Nas áreas não disciplinares que constituem as atividades de enriquecimento curricular, os entrevistados enumeram uma enorme variedade de projetos, clubes/oficinas oferecidos. Como justificações para a seleção destas atividades sublinha-se que complementam o currículo prescrito, mas remete-se ainda para a contextualização curricular, procurando a adaptação a certas atividades profissionais ou lúdicas da comunidade ou a aspetos culturais (Clube de Xadrez, Clube de Robótica, Projeto de Gastronomia da Região), bem como meio para a construção de laços identitários ou ainda como apoio a disciplinas alvo de exame nacional.

“Coordenador do Departamento de Matemática: Há várias. Por exemplo, nós temos na parte da matemática, recomeçamos porque já tínhamos tido há alguns anos atrás e depois parámos, com o clube, com a “Matlândia”, que é um clube de matemática onde eles fazem essencialmente jogos matemáticos, jogos de tabuleiro o que não está diretamente relacionado com os conteúdos da disciplina, mas que é bom em termos de raciocínio lógico-abstrato e dá para eles desenvolverem esse raciocínio o que depois vai favorecer na leção de alguns conteúdos” (Grupo 1, escola Verde).

“Coordenador do 1º ciclo: Esqueci-me de referir que existe um projeto, onde estamos, que é o MUSI, que tem a ver com um sítio de Oeiras. Vamos começar no final deste mês. Tem a ver com a dieta mediterrânica. Uma das atividades, que é proposta eles fazerem, é uma sopa. Eles próprios fazerem a sopa, porque, muitas vezes, comem e não sabem como se prepara. A ideia é serem eles a preparar a sopa. Também é uma aproximação ao município, que à pouco falamos” (Grupo 2, escola Azul).

“Coordenadora dos Diretores de Turma do Ensino Secundário: [...] Temos o grupo de teatro, um coro já há muito tempo que tem alunos, professores, funcionários, pais e encarregados de educação [...] também a parte lúdica também é importante” (Grupo 1, escola Rosa).

Em relação às competências a serem adquiridas pelos alunos à saída do ensino Básico ou Secundário, os entrevistados não foram capazes de elencar um perfil, a não ser de uma forma parcelar no âmbito da avaliação das disciplinas que representam/leccionam.

“Diretora de Turma 3º ciclo: No departamento de ciências experimentais, avaliamos as mesmas competências que consideramos necessárias e com os mesmos pesos das disciplinas” (Grupo 1, escola Rosa).

Não obstante, para esta situação contribui o facto da administração central não disponibilizar às escolas um perfil de competências desde 2011 quando revogou o Currículo Nacional (Despacho nº 17169/2011, de 23 de dezembro). No sistema português o caráter prescritivo da cultura da administração central e a sua naturalização nas escolas é muito forte, o que pode explicar esta dependência da prescrição central do currículo.

2.5 Os métodos e estratégias de ensino e avaliação

A filosofia e métodos de ensino concebidos como distintivos das escolas mas operacionalizados nas disciplinas estão presentes nos discursos dos atores escolares que sublinham tanto o recurso às metodologias ativas em detrimento das passivas, como à necessidade de adequar as metodologias à estratégia pedagógica. Assim, no âmbito dos métodos de ensino existe recurso à contextualização curricular:

“Coordenador do Departamento de Expressões: A metodologia de projeto em que na educação visual é uma coisa que é bastante utilizada, nalguns conteúdos é mais usado do que noutros. Nós temos que ir adaptando conforme aquilo que nós temos que lecionar. E depois, tal como disse a colega, tal como se calhar num ano uma metodologia, uma estratégia funciona, no ano seguinte já não dá, tem que ser de outra maneira” (Grupo 2, escola Verde).

Os recursos pedagógicos mais mencionados são recursos digitais (quadros interativos, projetores, Pcs) e tradicionais (fichas, caderno de atividades, manual, fotocópias, papel, lápis). Entre os recursos tradicionais, o manual sendo um recurso pedagógico básico do ensino é pouco referido. Tal pode ser explicado pela naturalização do seu uso na sala de aula como principal fonte do currículo. Os entrevistados quando questionados pela forma como utilizam o manual, tanto valorizam o seu uso como recurso complementar na sala de aula, como sublinham antes a importância que assume para os alunos e famílias como instrumento orientador dos conteúdos.

Na avaliação das aprendizagens dos alunos, a finalidade mais sublinhada pelos entrevistados consiste na regulação das práticas pedagógicas que aliás consta nos normativos legais (Decreto-lei n. 139/2012, de 5 de julho).

A generalidade dos discursos destaca como modalidades de avaliação a formativa e sumativa, menosprezando a diagnóstica, o que contradiz de alguma forma a afirmação da avaliação como reguladora das práticas educativas. Tal como constava nos PCs, também segundo os entrevistados os campos de avaliação constituíam os conhecimentos, competências e comportamentos/attitudes/valores e apresentam exemplos de vários instrumentos de avaliação. Nesta matéria, o problema levantado na análise dos PCs, destes não contemplarem a definição das metodologias e campos de avaliação é confirmado. Os entendimentos conceituais divergentes destes, conduzem a diferentes concretizações da avaliação. A seguinte passagem é elucidativa da necessidade desta clarificação:

“Coordenador do Departamento de Línguas: As competências transversais são valores e atitudes principalmente.

Coordenador do Departamento de Matemática: E o domínio da língua portuguesa.

Coordenador do Departamento de Línguas: Sim, e depois nós até desdobramos também em pontualidade, assiduidade, metodologias de trabalho, relação com os colegas, relação com o espaço da escola, e agora não me lembro de mais.

Coordenador do Departamento de Matemática: E se há coisa difícil de avaliar é aquilo. Geralmente é a “olhómetro”. Mas também só vale 10%” (Grupo 2, escola Rosa).

2.6 Modos de funcionamento e organização da escola e das aulas

Sobre o nível de decisão curricular sobre os modos de funcionamento e organização da escola, no âmbito do enquadramento das atividades de aprendizagem, designadamente as estratégias para a constituição das turmas, dos horários dos professores, dos horários dos alunos e da distribuição do serviço docente, verifica-se que a maioria das medidas referidas pelos entrevistados constam dos normativos legais e os próprios o corroboram, demonstrando a falta da prática de autonomia das escolas nesta matéria:

“Coordenador do Departamento de Matemática: Nós cumprimentos a lei integralmente. É assim, nem nunca nos atreveríamos a nível da distribuição de serviço, nem a nível de horários e essas coisas todas a não cumprir a lei” (Grupo 2, escola Rosa).

No que respeita às estratégias dirigidas à comunidade, na sua vertente da relação escola-família, no sentido de envolver os pais na educação dos seus filhos, segundo os discursos, as escolas privilegiam o contacto regular entre os diretores de turma e os encarregados de educação, a participação dos pais nas atividades escolares e a partilha de documentação com aqueles sobre o processo de aprendizagem dos alunos. Já na sua vertente da constituição de parcerias com a comunidade para a melhoria das aprendizagens dos alunos, privilegiam-se parcerias que apoiem com recursos materiais e humanos as atividades escolares dos alunos, quer seja no âmbito de disciplinas ou projetos/clubes/oficinas.

A gestão estratégica ao nível do espaço das aulas e dos tempos está praticamente ausente dos discursos, tal como já estava nos PCs, o que significa uma ausência de perspectiva pedagógica do espaço escolar:

“Coordenador do Departamento de Matemática: [...] Na parte da antiga secundária, que tem o 3º ciclo e o secundário, aí estão dispostas da maneira tradicional porque a dimensão das salas não permite de outra forma. Porque nós temos algumas turmas com muitos alunos e outras com menos, mas dado que os alunos não têm uma sala fixa, os alunos vão mudando, é difícil de facto ter disposição mais moderna. Além de que também temos um problema em termos de iluminação das salas, e isso iria provocar que alguns alunos iriam ficar de frente para a janela e outros de costas para a janela, e isso em termos até de projeção porque temos quadros interativos e temos projetores na maior parte das salas, não seria prático porque em termos de visibilidade seria muito complicado. Estas são várias das razões porque geralmente se segue a disposição tradicional” (Grupo 2, escola Verde).

Já a gestão dos tempos letivos rege-se pela uniformidade nas escolas em análise, a unidade de tempo varia entre os 50 e os 45 minutos, sendo que raramente se selecionam diferentes tempos letivos entre ciclos ou entre disciplinas. Porém, nesta matéria a legislação permite às escolas a escolha da unidade letiva (Decreto-Lei n.º 139/2012, de 5 de julho), desde que respeitem as cargas horárias semanais previstas nas matrizes curriculares do ensino básico. Em relação às justificações para a escolha da unidade de tempo letivo, os entrevistados justificam a opção pelos 45 minutos ou 50 minutos com base numa melhor gestão da afetação da carga horária por disciplina e área disciplinar e na maior concentração dos alunos. A uniformidade da seleção da unidade de tempo letivo encontra-se em consonância com a análise dos PCs da rede.

Os princípios enquadradores das opções organizativas do trabalho dos professores, designadamente o trabalho colaborativo a começar pela articulação vertical, parece de

alguma forma sedimentada nestas escolas, em que garantir a sequencialidade das aprendizagens, a articulação de conteúdos/temáticas e a partilha de materiais das planificações, são as práticas mais mencionadas pelos entrevistados.

Já a articulação horizontal oscila nos discursos entre a referência a algumas práticas, sendo a mais destacada o acompanhamento dos programas pelos professores das mesmas disciplinas ou dos mesmos anos de ensino e a presença de uma certa retórica nos discursos, tal como nos PCs analisados, em que se refere meramente a existência de reuniões de articulação horizontal mas não se concretiza as matérias trabalhadas nessas. Tal parece significar uma prática menos enraizada no quotidiano destas escolas, o que é corroborado por discursos como o que segue:

“Coordenador do Departamento de Português: Temos reuniões de articulação semanal entre equipas docentes do mesmo ano de escolaridade” (Grupo 2, escola Verde).

As medidas de articulação da biblioteca escolar com o trabalho pedagógico têm alguma presença nos discursos, possivelmente pela adesão das escolas ao Plano Nacional de Leitura lançado pelo governo em 2006. Os entrevistados referem a existência de articulação entre as atividades desenvolvidas nas salas de aula e as iniciativas desenvolvidas pela biblioteca escolar.

A articulação entre as áreas disciplinares e não disciplinares também parece enraizada nas escolas em análise, os entrevistados destacam que parte dos projetos/clubes/oficinas funcionam como complemento às diversas disciplinas.

2.7 A avaliação do resultado das opções do projeto curricular

Os discursos dos atores escolares revelam que a avaliação da gestão curricular preconizada nos PCs está pouco naturalizada na cultura das suas escolas. Os campos de avaliação limitam-se ao da análise dos resultados escolares e ao trabalho pedagógico desenvolvido nas turmas.

Com efeito, a avaliação do trabalho curricular configura uma parte fraca dos campos de decisão curricular que, por não serem concebidos essencialmente como um conjunto de ações estratégicas conjuntas, dificilmente são passíveis de avaliação.

Em síntese, a análise dos discursos dos atores escolares confirma a falta de articulação entre os PEs e os PCs, já verificada na análise destes, o que confere a estes documentos um escasso potencial estratégico por dificilmente serem mobilizados para as práticas pedagógicas, sendo até desconhecidos para alguns dos entrevistados.

A natureza prescritiva da produção deste tipo de documentos, articulada com a pouca tradição de autonomia na condução do ensino por parte das escolas, e ainda o hábito predominante de trabalho docente em lógica individual/departamental, configuram outras explicações para esta escassa valia estratégica dos PCs como instrumentos de gestão curricular.

Em todo o caso, identificaram-se nos discursos indicações da prática das três principais perspectivas de contextualização curricular veiculadas pela literatura, a saber, a referência ao conhecimento da comunidade local, o conhecimento ou interesses dos alunos e a valorização de práticas pedagógicas diferenciadoras que deixam entrever a passagem dos professores de meros executores da normatividade curricular a gestores do currículo.

O estudo exposto assume-se como um dos principais contributos da potencialidade de redes de escolas na melhoria das práticas de gestão curricular. Com efeito, através da análise crítica dos processos de gestão expressos nos PCs e nos discursos de profissionais das escolas por parte de investigadoras dos projetos Curriculum Monitor e ESCXEL foi possível produzir conhecimento sobre as práticas em curso. Esse conhecimento, devolvido aos profissionais, permitirá momentos de auto-reflexão e discussão. Servirá, também, para criar um modelo conjunto (entre as várias escolas e sustentado cientificamente) que fundamente práticas de gestão curricular estratégicas mais efetivas e coerentes expressas nestes documentos orientadores das escolas e consequentemente na ação educativa.

Referências bibliográficas

Afonso, N., & Costa, E. (2011). A avaliação externa das escolas: Um instrumento de regulação baseado no conhecimento. In J. Barroso & N. Afonso (Eds.), *Políticas educativas: Mobilização de conhecimento e modos de regulação* (pp.155-189). Vila Nova de Gaia: Fundação Manuel Leão.

Almeida, S. de (no prelo). Modos de apropriação das políticas educativas para uma gestão curricular contextualizada. *Atas do IX Congresso Português de Sociologia*, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve.

Ball, S. (2003). The teacher's soul and the terrors of performativity. *Journal of Education Policy*, 18 (2), 215-228.

Barroso, J. (2005). O Estado, a educação e a regulação das políticas públicas. *Educação & Sociedade*, 26 (92), 725-751.

Cattonar, B. & Maroy, C. (2000). Rhétorique du changement du métier d'enseignant et stratégie de transformation de l'institution scolaire. *Éducation et Sociétés*, 6(2), 21-42.

Batista, S.; Gonçalves, Eva & Santos, R. (2016). School Networks, knowledge circulation and school improvement: The ESCXEL Project's research agenda. Em Gonçalves, E., & Batista, S. (Eds.), *Networks, Communities and Partnerships in Education: actors, goals and results. Proceedings of the First International Conference of the ESCXEL Project, Lisbon: ESCXEL Project - School Network for Excellence*. ISBN: 978-989-97702-6-3. Retrieved from: <http://firstinternationalconference.blogspot.pt/p/online-publication.html>

Galego, C. & A. A. Gomes (2005). Emancipação, ruptura e inovação: o "focus group" como instrumento de investigação. *Revista Lusófona da Educação*, 5, 173-184.

Gimeno, J. (1989). Proyectos curriculares. Posibilidad al alcance de los profesores? *Cuadernos de pedagogía*, 172, 14-18.

Hargreaves, A. (2003). *Teaching in the Knowledge Society. Education in the Age of Insecurity*. New York: Teachers College Press.

Hargreaves, A. (1994). *Os professores em tempos de mudança - o trabalho e a cultura dos professores na idade pós-moderna*. Lisboa: McGraw-Hill.

Justino, David; Batista, Susana (2013). Redes de escolas e modos de regulação do sistema educativo. *Educação, Temas e Problemas. A escola em análise: olhares sociopolíticos e organizacionais*, 6 (12-13), 41-60. (ISSN 1646-2831). Disponível em: <http://www.ciep.uevora.pt/revista/Completa/RevistaEDUCACAO.pdf>

Krippendorff, K. (2004[1980]). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Sage.

- Kubiak, Chris & Bertram, Joan (2010). Facilitating the development of school-based learning networks. *Journal of Educational Administration*, 48(1), 31–47.
- Lima, J. A. (2000). Questões centrais no estudo das culturas profissionais dos professores: uma síntese crítica da bibliografia. *Educação, Sociedade & Culturas*, 13, 59-103.
- Maroy, C. (2013). Politiques et outils de «l'école de la performance»: accountability, régulation par les résultats et pilotage. In C. Maroy (Ed.), *L'école à l'épreuve de la performance* (pp. 13-31). Brussels: De Boeck.
- Ministério da Educação (2001). *Currículo Nacional do Ensino Básico – Competências essenciais*. Lisboa: Departamento da Educação Básica, Ministério da Educação.
- Morgan, D. (1996). Focus Group. *Annual Review of Sociology*. Vol. 22, 129-152.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus group as qualitative research* (2^a ed. Vol. 16). London: Sage University Paper.
- Normand, R., & Derouet, J.-L. (2011). Évaluation, développement professionnel et organisation scolaire. *Revue Française de Pédagogie*, 174. Retrieved from <http://rfp.revues.org/2899>
- Ozga, J. (2009). Governing education through data in England: from regulation to self-evaluation. *Journal of Education Policy*, 24(2), 149-162.
- Perrenoud, P. (1993). Formation initiale des maîtres et professionnalisation du métier. *Revue des sciences de l'éducation*, XIX (1), 59-76.
- Pons, X., & Van Zanten, A. (2007, June). *Knowledge circulation, regulation and governance. Research Report Know&Pol*. Retrieved from http://knowandpol.eu/IMG/pdf/lr.tr.pons_vanzanten.eng.pdf
- Roldão, M. C. & Almeida, S. de (no prelo). Avaliação de projetos curriculares numa rede de escolas portuguesas. Contextualização curricular: promessa ou oportunidade perdida? *Estudos em Avaliação Educacional*.
- Roldão, M. C. (1999). *Gestão curricular. Fundamentos e práticas*. Lisboa: Departamento de Educação Básica.
- ____ (2000). O currículo escolar da uniformidade à contextualização - campos e níveis de decisão curricular. *Revista de Educação*, 9(9), 81-92.
- ____ (2003). *Avaliação de competências e gestão do currículo - as questões dos professores*. Lisboa: Editorial Presença.
- Skilbeck, M. (1982). *A core curriculum for the common school: Inaugural Lecture*. London: Institute of Education, University of London.
- Skilbeck, M. (1994). The core curriculum. In *The Curriculum Redefined: Schooling for the 21st Century* (pp. 95-100). Paris: OECD.
- Smithson, J. (2000). Using and analysing focus groups: limitations and possibilities. *Social Research Methodology*. Vol 3(2), 103-119.

Veugelers, W., & O’Hair, M. J. (Eds.). (2005). *Network Learning for Educational Change*. Maidenhead: Open University Press.

Wohlstetter, P., Malloy, C. L., Chau, D. & Polhemus, J. L. (2003), Improving Schools through Networks: A New Approach to Urban School Reform, *Educational Policy*, 17(4), 399-430.

Yin, R. (2009). *Case Study Research. Design and Methods*, California, Sage Publications, Applied Social Research Methods Series.

ANEXO 1: Sistema de categorias


CAMPOS DE DECISÃO CURRICULAR	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	N
1. Ambição da escola	Ambição distintiva da escola face à oferta educativa	
	Ensino profissional	1
	Prosseguimento de estudos + Vias alternativas	1
	Ensino regular/ prosseguimento de estudos	1
	Ambição distintiva da escola face às estratégias de ensino	
	Investimento na relação professor-aluno	1
	Diferenciação pedagógica na sala de aula	1
	Aposta no trabalho experimental/prático	5
	Trabalho colaborativo para e na sala de aula	9
	Promover ligação dos conteúdos à comunidade	19
2. Opções e Prioridades	Alterações/áreas prioritárias a implementar pelo PC	
	Não apresenta	0
	Aspetos do core curriculum a investir	
	Reforço da língua estrangeira	1
	Desenvolver competências nas TIC	1
	Reforçar apoio nas disciplinas de exame	3
	Desenvolvimento de competências transversais	5
	Valorizar a Educação para a Cidadania	5
	Reforçar o ensino do Português	8
	Reforçar o ensino da Matemática	9
	Medidas de promoção do sucesso escolar	
	Ligação dos conhecimentos a contextos práticos	1
	Promoção da continuidade pedagógica	1
	Parcerias com comunidade	1
	Articulação entre ciclos (vertical)	1
	Estratégias que envolvem alunos (tutorias, pares)	2
	Adaptações programáticas das disciplinas	2
	Implementação de quadros de mérito e valor	3
	Relação Professor-Aluno	4
	Diferenciação pedagógica	5

CAMPOS DE DECISÃO CURRICULAR	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	N
	Contactos regulares/ abertura aos EE	6
	Trabalho colaborativo na sala de aula	7
	Constituição de Equipas pedagógicas	7
	Atividades de Apoio ao Estudo: salas de estudo/sala Saber +	8
	Apoios educativos/ Articulação entre docente e Prof de apoio	8
	Referências às Orientações/Programas/Metas curriculares	
	Metas e/ou programas como referência para a avaliação	2
	Resposta a desafios lançados pelo MEC	4
	Metas e/ou programas como meio de apoio ao ens/plan no EB e ES	7
	Segue programas e metas curriculares	14
3. Organização das aprendizagens	Justificação da seleção da oferta complementar	0
	Formação em saberes e/ou competências do currículo prescrito	9
	Formação em saberes e/ou comp não contidos no currículo prescrito	5
	Formação em saberes do contexto concelhio/regional	0
	Justificação da seleção da Oferta da Escola	
	Formação em saberes e/ou competências do currículo prescrito	6
	Formação em saberes não contidos no currículo prescrito	4
	Formação em saberes do contexto concelhio/regional	2
	Justificação da seleção dos projetos, clubes, oficinas	
	Formação em saberes e/ou competências do currículo prescrito	22
	Formação em saberes e/ou componentes não contidos no currículo prescrito	12
	Formação em saberes do contexto concelhio/regional	8
	Medidas de remediação, reforço a disciplinas	2
	Construção de laços identitários/comunitários	5
	Seleção de um perfil de competências	
	Avaliação de competências sem perfil	6
4. Métodos e estratégias de ensino e avaliação	Métodos e Técnicas pedagógicos	
	Metodologias expositivas	4
	Em função da estratégia pedagógica	11
	Metodologias ativas	23
	Recursos pedagógicos	
	Recursos ligados à internet (manuais digitais, email, moodle)	4
	Recursos digitais (quadros interativos, projetores, pcs)	11
	Materiais tradicionais	12
	Utilização do manual pelo professor	

CAMPOS DE DECISÃO CURRICULAR	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	N	
	Não se utiliza em algumas disciplinas/cursos	3	
	O manual é um complemento	7	
	O manual é fundamental	3	
	Utilização do manual pelo aluno		
	Usa na sala de aula	3	
	Linha de orientação para os alunos/famílias	7	
	Princípios orientadores da avaliação		
	Promoção da autoavaliação	2	
	Aplicação dos mesmos instrumentos periodicamente	2	
	Partilha de instrumentos de avaliação por várias disciplinas	5	
	Definição dos instrumentos de avaliação (e pesos)	7	
	Definição conjunta de critérios	7	
	Consistência entre instrumentos e resultados	1	
	Transparência e rigor	1	
	Finalidades da avaliação		
	Avaliação do trabalho docente	1	
	Atribuição de apoios necessários	1	
	Regulação da prática educativa/melhoria das aprendizagens	7	
	Tipos e metodologias de avaliação das aprendizagens		
	Heteroavaliação	1	
	Autoavaliação	3	
	Avaliação sumativa	4	
	Avaliação formativa	4	
	Avaliação diagnóstica	1	
	Campos da avaliação		
	Comportamentos/atitudes/valores	7	
	Competências	8	
	Conhecimentos	5	
	5. Modos de funcionamento e organização da escola e das aulas	Estratégias da constituição de turmas	
		Referências à legislação	1
Distribuição equilibrada por sexo		1	
Distribuição equilibrada dos alunos com Necessidades Educativas Especiais		1	
Distribuição equilibrada por resultados escolares		3	
Distribuição equilibrada por alunos retidos		3	
Continuidade pedagógica		5	
Respeitar orientações dos colegas/ equipas variadas		6	
Estratégias da constituição dos horários dos professores			
Ajustado às necessidades dos alunos		1	

CAMPOS DE DECISÃO CURRICULAR	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	N
	Referências à legislação/ gestão de topo	3
	Estratégias da constituição dos horários dos alunos	
	Condicionamentos dos espaços físicos	1
	Ajustado às escolhas dos alunos	1
	De forma a permitir a adesão aos clubes/ AEC	1
	Criar dias/manhãs/tardes livres	3
	Referências à legislação/gestão de topo	4
	Disciplinas de pendor teórico lecionadas no período da manhã	4
	Estratégias da distribuição do serviço docente	
	Fixação de professores no mesmo ano de escolaridade	1
	Orientações relativas a professores contratados	1
	Adequação do perfil do docente à turma	2
	Continuidade pedagógica	3
	Referências à legislação/ Gestão de topo	4
	Estratégias relativas à família	
	Uso da caderneta do aluno	2
	Participação dos pais na sala de aula	2
	Apoio às associações de pais	2
	Partilha de documentação com os EE sobre proc. de aprendizagem	6
	Participação dos pais nas atividades da escola	11
	Manter contactos regulares DT-EE	22
	Estratégias relativas às parcerias	
	Realização de estágios pelos alunos	1
	Parcerias para a educação para a cidadania	2
	Parcerias para apoio a atividades dos alunos	6
	Estratégias a nível dos espaços	
	Sala própria para áreas disciplinares específicas	2
	Ausência de estratégias	8
	Estratégias da escolha de segmentos de tempo	
	Melhor gestão da carga horária	1
	Referências à Gestão de topo	2
	Maior concentração dos alunos	4
	Articulação vertical	
	Elaboração de instrumentos de avaliação	1
	Estabelecimento de terminologias comuns	1
	Desenvolvimento de competências transversais	2
	Partilha de materiais das planificações	4
	Articulação de conteúdos/temáticas	9
	Garantir a sequencialidade das aprendizagens	11

CAMPOS DE DECISÃO CURRICULAR	CATEGORIAS/SUBCATEGORIAS	N
	Articulação horizontal	
	Partilha de experiências e materiais	1
	Desenvolvimento de estratégias para turma/alunos específicos	4
	Práticas de articulação não formal (CT e outros encontros)	6
	Utilização de estratégias/instrumentos de avaliação partilhados	6
	Desenvolvimento de atividades	6
	Acompanhamento do programa	7
	Articulação horizontal retórica (realização de reuniões)	7
	Articulação áreas disciplinares e não disciplinares	
	Projetos que ligam conteúdos formais a informais	6
	Projetos para trabalhar saberes/competências transversais	7
	Projeto como complemento a disciplina(s)	10
	Articulação com a biblioteca escolar	
	Atividades da sala de aula em conjunto com a biblioteca	4
	6. Avaliação do resultado de cada uma das opções do projeto curricular	Intervenientes no processo de avaliação
Conselho geral		1
Grupos/ Departamentos		4
Observatório da qualidade		1
Equipa de autoavaliação		6
Conselho pedagógico		2
Avaliação do trabalho curricular		
Resultados escolares		2
Trabalho pedagógico desenvolvido nas turmas	6	
Total		623

 Categorias construídas a partir do corpus em análise

REDES SOCIAIS EM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO: A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE

FERDINANDA FERNANDES MAIA
Instituto Federal Fluminense
ferdinandamaia@gmail.com

KÁRIN KLEM LIMA
Instituto Federal Fluminense / Universidade Estadual do Norte Fluminense
klemkarin@gmail.com

JULIANA LIMA GOMES CARDOSO
Instituto Federal Fluminense
jlima.jornalista@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a utilização das redes sociais pelo Instituto Federal Fluminense (IFF), dentro da perspectiva de que essas ferramentas comunicacionais tornam-se a cada dia fundamentais nas relações e interações com os públicos de interesse, tendo em vista o alto poder de penetração dessas redes. No IFF, uma instituição pública de ensino federal com mais de 100 anos, com unidades em 14 municípios e cujo público interno perpassa em média 15 mil pessoas, as redes sociais configuram-se como canais de comunicação de grande importância tanto para o público interno quanto externo. O movimento recente de elaboração de políticas de comunicação em institutos federais, iniciado em 2013, evidenciou a necessidade de estar presente nas redes sociais, de conhecer e de dialogar com seus públicos por meio destas ferramentas, e a preocupação das instituições em adaptar-se aos movimentos recentes que intermediam as relações humanas de diversas formas. Observou-se nessa pesquisa que a partir do processo de construção e implementação da política de comunicação do IFF foram sistematizadas e potencializadas ações já existentes para uma maior e melhor utilização das redes sociais, o que promoveu maior dinamicidade da comunicação com toda a comunidade interna e externa. Os avanços identificados incluem um maior número de acessos e interações com os usuários nessas redes, evidenciando uma mudança de perfil da comunicação com o Instituto, onde as redes sociais parecem tender a tornarem-se a primeira tentativa de forma de comunicação.

Palavras-chave: Redes sociais; interação; Internet; comunicação pública.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the use of social networks by the Federal Fluminense Institute (IFF), within the perspective that these communication tools become fundamental in the relations and interactions with the public of interest, in view of the high penetration of these networks. At IFF, a public institution of federal education with more than 100 years, with units in 14 municipalities and whose internal public averages 15 thousand people, the social networks are configured as communication tools of great importance both for the internal and external public. The recent communication policy development in federal institutes, begun in 2013, highlighted the need to be present in social networks, to know and to dialogue with their publics, mediated by these tools, and the institutions' concern to adapt to the recent movements that mediate human relations in various ways. It was observed in this research that from the process of construction and implementation of the communication policy of IFF were systematized and leveraged actions already existent for a greater and better use of social networks, which promoted a greater dynamicity of communication with the whole internal community and external. The identified advances include a greater number of accesses and interactions with the users in these networks, evidencing a change of profile of the communication with the Institute, where the social networks seem to tend to become the first attempt of form of communication.

Keywords: Social networks; interaction; Internet; public communication.

1. Introdução

Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFs) foram criados pela Lei N.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2008), que instituiu a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. Os 38 IFs criados são originários das antigas Escolas Técnicas Federais, Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs), unidades descentralizadas, escolas vinculadas a universidades e escolas agrotécnicas.

Enquanto Rede Federal, os IFs representaram nos últimos anos uma expressiva expansão da educação profissional e tecnológica no Brasil, em especial em sua interiorização, com a construção de mais de 500 novas unidades, que totalizaram, até 2016, 644 *campi* em funcionamento não só em capitais e grandes municípios, como também em regiões mais afastadas e de difícil acesso, cobrindo todo o território nacional e sendo, esses institutos, um símbolo da democratização do acesso à educação pública. Em 2010, eram 356 unidades, quatro anos depois este número subiu para 578, e em 2016 subiu para 644. O aumento no número de unidades representa também um aumento no número de municípios atendidos: em 2010 eram 321 saltando para 568 em 2016 (BRASIL, 2016).

Todos os Institutos Federais e suas unidades constituem-se em uma verdadeira rede de atuação pelo país com uma lei única que os rege, com princípios educacionais em comum, com ações e experiências que são constantemente compartilhadas por meio de grupos de trabalho, fóruns, parcerias e eventos – preservando-se, contudo, as especificidades de cada região onde estas escolas estão inseridas – caracterizando-se como um trabalho integrado e semelhante que busca o crescimento, a valorização e a ampliação da educação profissional e tecnológica no país.

Vale ressaltar que a história da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica começou em 1909, quando o então Presidente da República, Nilo Peçanha, criou, por meio do Decreto nº 7566, de 23 de setembro daquele ano, 19 escolas de Aprendizes e Artífices destinadas ao ensino profissional primário e gratuito para os “desafortunados”, a serem instaladas nas capitais dos estados. Excepcionalmente, no estado do Rio de Janeiro, a Escola de Aprendizes e Artífices foi

instalada no interior, no município de Campos dos Goytacazes-RJ, sendo a nona unidade a ser criada no Brasil, hoje, Instituto Federal Fluminense (IFF). Esta instituição foi por muitas décadas a referência em educação de qualidade e profissionalizante para milhares de jovens e trabalhadores das regiões norte e noroeste Fluminense que se deslocavam diariamente para realizar seus estudos, e continua sendo, só que agora com suas fronteiras e territórios de atuação ampliados.

Atualmente, com 107 anos de história, o IFF atua em 14 municípios por meio de seus *campi*, polos de educação a distância e polo de inovação, nos municípios de Bom Jesus do Itabapoana, Itaperuna, Cambuci, Miracema, Santo Antônio de Pádua e Cordeiro, na região Noroeste Fluminense; Campos dos Goytacazes, São João da Barra, Quissamã, Macaé e Casimiro de Abreu, no Norte Fluminense; Cabo Frio, na região das Baixadas Litorâneas; Itaboraí e Maricá, na região Metropolitana, tecendo uma importante rede de educação no interior do estado do Rio de Janeiro que atinge, diretamente, 14.238 estudantes, 938 professores e 742 técnico-administrativos. São ofertados cursos de formação inicial e continuada, cursos técnicos de nível médio, cursos superiores de tecnologia, licenciaturas e bacharelados, além de pós-graduação *lato e stricto sensu* (IFF, 2016a).

Neste cenário, a comunicação institucional no âmbito do Instituto tornou-se um desafio, sendo necessário desenvolver processos comunicacionais que alcancem os diferentes públicos da instituição que quanto mais se amplia, mais desenvolve relações complexas e diversas. Como base para o trabalho, a Política de Comunicação foi um importante passo na delimitação das diretrizes e dos objetivos a serem alcançados, e que evidenciou, entre tantas outras percepções, a necessidade de utilização das redes sociais enquanto ferramenta de intermediação das relações humanas dentro e fora da instituição. Na sociedade da informação, as ferramentas de comunicação foram ampliadas e, entre elas, as redes sociais se destacam como importantes canais de relacionamento, de interação e de percepção de demandas da sociedade. Mas a utilização destes canais, por si só, são um desafio diário para as instituições e para os comunicadores, tendo em vista ser um ambiente em que tudo acontece de forma rápida e dinâmica. Neste contexto, o presente artigo objetiva analisar a utilização das redes sociais pelo IFF, dentro da perspectiva de que essas ferramentas comunicacionais

tornam-se a cada dia fundamentais nas relações e interações com os públicos de interesse, tendo em vista seu alto poder de penetração.

2. Comunicação no setor público

Comunicação Pública pode ser entendida como um processo comunicacional realizado por instituições, tendo em vista o interesse público e o exercício da cidadania em uma sociedade cada vez mais exigente por informações e transparência das ações públicas. Envolve conceitos como democratização, cidadania, participação, diálogo e interesse público, conforme apresenta Duarte (2007, p.03):

Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A idéia-chave talvez seja a de espírito público, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade.

O conceito de Comunicação Pública é recente, começou a ser discutido na década de 1980. Ainda de acordo com Duarte (2007), sua origem está relacionada à noção de comunicação governamental e à transformação da sociedade. No Brasil, além da redemocratização do país, em 1985, também foram preponderantes para o interesse na Comunicação Pública, outros fatores:

A Constituição de 1988, a transformação do Papel do Estado, o Código de Defesa do Consumidor, a terceirização e a desregulamentação, a atuação de grupos de interesse e movimentos sociais e o desenvolvimento tecnológico estabeleceram um sistema de participação e pressão que forçou a criação de mecanismos para dar atendimento às exigências de informação e tratamento justo por parte do cidadão em sua relação com o Estado e instituições, do consumidor com as empresas e entre todos os agentes sociais (DUARTE, 2007, p. 01).

De acordo com Brandão (2007), a Comunicação Pública tem identificação com diversos significados e entendimentos, tais como Comunicação Organizacional, Científica, Governamental, Política e da Sociedade Civil, contudo, todas possuem um ponto em comum:

aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania. É com este significado que no Brasil o conceito vem sendo construído, sobretudo por força da área acadêmica que tem direcionado seu pensamento para esta acepção (BRANDÃO, 2007, p. 06).

Segundo Duarte (2007), a Comunicação Pública é uma “idéia vigorosa” em meio a uma sociedade que ainda não tem interesse pela gestão pública, pelo exercício da cidadania e da representação democrática, resultado da desinformação, da falta de formação política e descrédito em relação à gestão pública. De acordo com o autor, “fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo” (DUARTE, 2007, p. 02), e no setor público, a responsabilidade é ainda maior tendo em vista o direito do cidadão que precisa ser atendido e as demandas coletivas que precisam ser viabilizadas. Todavia, comunicar, alerta Duarte, não é só informar. Informação, segundo o autor, não significa comunicação eficiente. Ela é “apenas a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo acesso, pela participação, cidadania ativa, diálogo” (DUARTE, 2007, p. 04). Para ser comunicação é preciso que haja um fluxo de troca de informações e influências onde o cidadão deve ser um ator participativo nas questões de interesse público, por meio do acesso e do diálogo.

Gerar comunicação de qualidade é mais do que aumentar a quantidade e potência das mensagens. Implica criar uma cultura de comunicação que perpassa todos os setores envolvidos com o interesse público, o compromisso do diálogo em suas diferentes formas e de considerar a perspectiva do outro na busca de consensos possíveis e de avançar na consolidação da democracia (DUARTE, 2007, p. 05).

Conforme aponta Kunsch (2012), nas últimas décadas, a comunicação dentro de instituições públicas, terceiro setor ou privadas começou a ser vista como uma ação fundamental e estratégica, exigindo políticas de comunicação efetivas que levem em conta o interesse de todos os seus públicos e cujas ações atendam a uma sociedade cada vez mais exigente.

A instituição pública/governamental deve ser hoje concebida como instituição aberta, que interage com a sociedade, com os meios de comunicação e com o sistema produtivo. Ela precisa atuar como um órgão que extrapola os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação (KUNSCH, 2012, p. 15).

Enquanto instituições do setor público, suas ações estão pautadas sob o interesse coletivo, seu atendimento tem como alvo a população e seus recursos advém desta própria sociedade, logo sua razão de ser e fazer são as pessoas. Neste sentido, a interlocução com a sociedade deve ser ampla, transparente e em via de mão dupla para o

exercício de uma verdadeira cidadania. E neste contexto, as ações comunicativas são imprescindíveis. Koçouski aponta que Comunicação Pública é aquela que tem “o olhar voltado à coletividade” (2012, p. 89) e enfatiza que o Estado, entre todos os demais atores - terceiro setor, partidos políticos, empresas privadas, órgãos de imprensa privada ou pública, sociedade civil organizada -, é o que deve atuar integralmente com a comunicação pública visto que “suas atividades têm obrigação legal de serem pautadas pela supremacia do interesse público” (KOÇOUSKI, 2012, p. 90), não permitindo espaço para promoções pessoais, interesses mercadológicos e privados.

2.1. A Política de Comunicação do IFF

Conforme aponta Duarte (2007, p. 05), as “sociedades democráticas como a brasileira exigem refinamento nas estratégias comunicativas e diversidade de instrumentos, processos e agentes”. Tais estratégias estão ligadas a processos criativos, ampliação das formas de participação e das redes de relacionamento que irão aprimorar os fluxos comunicacionais entre os agentes públicos e seus públicos-alvos fazendo a informação circular, chegar aos interessados, estimulando o debate, satisfazendo as demandas, provocando opiniões, ampliando a participação na busca por estabelecer o interesse social (DUARTE, 2007). Contudo, há muito o que avançar na comunicação exercida e praticada pelas instituições públicas, onde recursos humanos e materiais suficientes são sempre um desafio diário para o estabelecimento de fluxos eficientes de comunicação.

Neste contexto, pode-se afirmar que o trabalho de Comunicação no IFF é relativamente novo. Com a criação dos IFs, em 2008, e a conseqüente expansão do território de atuação do IFF, por meio de seus novos *campi*, surgiu a necessidade de se ampliar também o trabalho de comunicação, de ter profissionais da área lotados nas unidades espalhadas pelo interior do estado do Rio de Janeiro, bem como de realizar um trabalho em Rede entre esses profissionais distantes fisicamente, mas envolvidos por uma única instituição. A expansão do Instituto trouxe novas demandas e desafios comunicacionais visto que este passou a estabelecer relações e interações mais complexas dentro de suas estruturas internas e também com a população de todos os municípios de sua abrangência.

É neste cenário de expansão territorial e de atuação, que se observa, a partir de 2012, um expressivo crescimento de pessoal na área de comunicação dentro do Instituto. A criação da Diretoria de Comunicação, ligada à Reitoria aconteceu naquele ano e contribuiu para a constituição de uma estrutura sistêmica de forma a ampliar as atividades e ações de comunicação. É a partir deste ano também que ocorre um *boom* de ingresso de servidores da área, entre jornalistas, programadores visuais e técnicos em audiovisual, com a entrada de 16 novos profissionais entre 2012 e 2015. Foi, então, ao longo deste processo, que em 2014, por meio da Diretoria de Comunicação, criou-se o Fórum dos Comunicadores do IFF que reúne todos os profissionais de Comunicação da Instituição com o objetivo de fortalecer e consolidar as ações de comunicação integradas e também locais nos *campi*, de promover um diálogo entre esses profissionais para o fortalecimento de suas atividades, para o compartilhamento de experiências e colaboração mútua. A instituição do Fórum também deu início ao principal processo comunicacional dentro do IFF: a construção da sua Política de Comunicação.

A Política de Comunicação do IFF nasceu de um movimento recente de elaboração de políticas de comunicação em Institutos Federais, iniciado, em 2013, pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), e pela compreensão de seus gestores sobre a necessidade de aprimorar as várias formas de relacionamento da instituição com a sociedade para a garantia de processos comunicacionais que atendessem às demandas e que pudessem estabelecer um relacionamento aberto e transparente. Após uma imersão realizada no IFSC, em março de 2014, o Fórum dos Comunicadores do IFF desenvolveu pesquisas sobre temas, levantamento de dados e informações para a construção da sua Política. O documento ainda passou por várias instâncias participativas da instituição – colegiados de gestores, representações da comunidade interna e externa, servidores e estudantes – em um processo que durou dois anos, culminando com a submissão do documento ao Conselho Superior, órgão máximo da instituição, que o aprovou sem ressalvas, por meio da Resolução nº 021, de 26 de fevereiro de 2016 (IFF, 2016b).

A Política de Comunicação do IFF apresentou-se como primeiro passo para o estabelecimento do papel da comunicação dentro da instituição, identificação, avaliação e consolidação de práticas já existentes, conhecimento de seus próprios públicos, bem como para o estabelecimento do necessário aprimoramento dos fluxos de informação e

participação, e criação de novas ações. O documento estabelece diretrizes a curto, médio e longo prazo, norteadas por ações da instituição para com os seus diversos públicos, e a realização de avaliações permanentes sobre suas concepções e atividades propostas.

Estruturada em capítulos, a Política de Comunicação do IFF apresenta os seguintes temas: comunicação pública como pressuposto da política de comunicação; estrutura dos setores de comunicação social; definição de públicos estratégicos; canais de relacionamento; comunicação interna; relacionamento com a imprensa; comunicação e gestão de crises; disseminação e divulgação científica; identidade institucional e identidade visual; mídias sociais; campanhas de ingresso de estudantes; planejamento de eventos e formaturas (IFF, 2016b).

Para efeito deste artigo, consideraremos apenas o item das mídias sociais, um espaço imprescindível no cenário atual para toda e qualquer instituição que anseia ser transparente e que busca estabelecer um diálogo permanente com a população, intermediado por estas ferramentas.

3. As redes sociais enquanto ferramentas de comunicação

A informatização da sociedade teve início nos anos 70 com o surgimento da micro-informática e dos computadores pessoais; depois, nos anos 80-90 houve a popularização da internet, os computadores coletivos, ligados ao ciberespaço, e novas tecnologias que transformaram as comunicações; já no século XXI, as formas de conexão se ampliaram com a mobilidade, como os telefones celulares e a internet sem fio (LEMOS, 2005). Estas revoluções das tecnologias de informação e comunicação, em especial a popularização da internet nos anos 1990 em todo o mundo, integraram as várias formas de comunicação em uma rede interativa (CASTELLS, 2000). São as comunicações mediadas por computadores, e a possibilidade de estabelecê-las de diferentes formas, que mudam o curso da história e as relações sociais de forma definitiva e que tem como espinha dorsal, segundo Castells (2000), a Internet.

São mudanças proporcionadas pela incorporação das novas tecnologias ao dia-a-dia das pessoas, relações intermediadas pelo computador, a popularização da internet que reduziu a dimensão do mundo, das fronteiras e superou as barreiras de tempo e espaço, fatores tecnológicos que alteraram as relações políticas, econômicas e sociais

para sempre. “Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 2000, p. 565). Castells apresenta que o novo paradigma da tecnologia da informação e comunicação é tão impactante que penetra em toda a estrutura social e forma de vida social (morfologia social), o que o difere de outras estruturas sociais em rede já existentes. “A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação da sociedade” (CASTELLS, 2000, p. 565).

Toda essa revolução digital impactou também no próprio processo de produção de informação que passa a ser multilateral. As novas tecnologias modificaram o papel do emissor, que pode ser assumido por todos para criação e fornecimento de conteúdos em uma rede de informações cada vez maior e mais disponível. A liberação do pólo emissor, apontada por Lemos (2007), é uma das características que diferencia a cultura digital da cultura massiva.

O que vemos hoje são inúmeros fenômenos sociais em que o antigo “receptor” passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal (vários formatos midiáticos) e planetária, cujo sintoma é às vezes confundido com “excesso” de informação (LEMOS, 2007, p. 39).

Castells (2000) já apontava, inclusive, sobre a criação de novas comunidades na internet, comunidades virtuais que reúnem pessoas em torno de interesses comuns, com comunicações interativas e organizadas. Seria o futuro das redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, entre tantas outras que mudaram para sempre as relações sociais entre as pessoas, entre as pessoas e organizações/instituições e, até mesmo, as relações de mercado. Um movimento que parece ter acontecido há décadas de tão já enraizado que está na sociedade, mas que é relativamente novo, conforme aponta Nascimento (2012, p. 293-294):

Os sites de redes sociais não são exatamente novos – Facebook, fundado em 2004; YouTube, em 2005; e o Twitter, em 2006; mas podem ser compreendidos como uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador.

Em se tratando de instituições públicas, as redes sociais configuram-se como canais de relacionamento com o cidadão e uma ferramenta de atendimento mais ágil e transparente, o que altera a dinâmica de comunicação do setor público, voltada

prioritariamente para a relação com a mídia, por meio do trabalho de assessoria de imprensa. Mais ainda, rompe com o modelo de comunicação descendente quando o governo era o emissor e o cidadão, apenas o receptor (NASCIMENTO, 2012). Segundo Kunsch (2012), a comunicação pública abrange diferentes áreas de conhecimento, práticas sociais e profissionais, entre elas, a comunicação digital e as novas mídias que se configuram enquanto um dos maiores avanços tecnológicos na perspectiva da democratização do acesso dos cidadãos às ações da administração pública. A autora aponta que as novas ferramentas digitais devem ser utilizadas pelas instituições públicas, mas jamais sem planejamento eficiente e produção adequada, visto que cada ferramenta dispõe de características específicas em sua forma de comunicar. Neste contexto, pode-se afirmar que as redes sociais são ferramentas comunicacionais que se tornam a cada dia fundamentais nas relações e interações com cidadãos, tendo em vista o seu alto poder de penetração, frente a uma sociedade cada vez mais conectada às novas tecnologias por meio das quais se comunica, se informa e interage com sua vida pessoal, profissional e suas visões de mundo. As redes sociais promovem o relacionamento entre as pessoas e, neste caso, entre a instituição e seus públicos, aproximando-os e encurtando as distâncias, além de permitir atualização de informações em tempo real e a disponibilização de uma infinidade de conteúdos, sendo um dos meios de comunicação mais democráticos, participativos e colaborativos. Para Nascimento (2012, p. 296),

Um dos focos do trabalho de comunicação pública para os próximos anos deverá estar centrado nas redes sociais. Essa é a visão de 30 gestores de comunicação de órgãos públicos brasileiros que participaram do Mapa da Comunicação Brasileira 2011, pesquisa realizada pelo Instituto FSB Pesquisa. Comparando a pesquisa realizada em 2009 com a de 2011, o Mapa da Comunicação mostra que, nos órgãos públicos, o crescimento no uso do Twitter foi de 63%, e o uso do Facebook de 33%. Tal fato permite inferir que a presença nesses canais de comunicação já é uma realidade para muitas organizações públicas.

3.1. Redes sociais na Política de Comunicação do IFF

Em sua Política de Comunicação, o IFF apresenta no capítulo 5 os Canais de Relacionamento da Instituição, enquanto “ferramentas de comunicação oficiais formais utilizadas para a interação com os diversos públicos” (IFF, 2016b, p.17). O Portal do Instituto é apontado como o principal canal de relacionamento “onde são divulgadas as

informações de caráter institucional ou de interesse dos campi/Reitoria, assim como são arquivados e publicizados dados e documentos gerais da instituição” (IFF, 2016b, p 17-18). Também são listados: Informativo Eletrônico, IFFTube, Banco de Imagens, Centro de Documentação Digital, Ouvidoria, E-mail Institucional, Painel Eletrônico, Mural e Redes Sociais, com um capítulo próprio.

O capítulo 11 procura reforçar a importância da presença de uma instituição nas redes sociais devido ao alto poder de penetração destas ferramentas, o alcance das mensagens, a possibilidade de interação com os públicos e a troca de informações, mas ressalta-se o cuidado com a gestão desses canais que representam a imagem e identidade da instituição, e que deverão seguir as diretrizes da Política. O documento estabelece que as páginas nas redes sociais deverão ser administradas pelos setores de Comunicação Social e deixa em aberto a possibilidade de uma administração compartilhada com setores estratégicos da instituição. Isto porque pela complexidade institucional e pelo número reduzido de profissionais da área, o compartilhamento da gestão pode contribuir para uma divulgação mais ampla das informações. O documento também estabelece o papel dos perfis oficiais e a importância de seu fortalecimento, evitando criações desordenadas e desnecessárias de outros perfis na rede. Outro ponto abarcado é a produção de conteúdo específica para cada canal, aproveitando ao máximo sua potencialidade, atualização das postagens, monitoramento e forma de redação.

Interessante observar que trazer para a Política de Comunicação diretrizes de uso das redes sociais é reconhecer o lugar desses canais na estratégia comunicacional da instituição em seu relacionamento com os diversos públicos, bem como reafirmar as práticas já existentes pelos comunicadores, norteando de forma sistêmica a presença do IFF nestes canais de relacionamento, o que contribui para o fortalecimento e credibilidade da instituição entre os seguidores, a partir de um trabalho sério, organizado e eficiente.

3.2. A presença do IFF nas redes sociais

As redes sociais, inseridas no contexto das tecnologias de informação e comunicação onde os processos de inovação e renovação acontecem em altíssima velocidade representam um desafio para os profissionais da comunicação: a cada dia

uma novidade e a necessidade de criação de conteúdos que permitam ao usuário interagir com ele, e conteúdos que conversam com várias ferramentas comunicacionais ao mesmo tempo (imagem, texto, vídeo), a chamada convergência onde se tem em um único suporte o acesso a várias mídias. Interatividade no meio digital é imprescindível para a sobrevivência nas redes sociais. Mas não é só isso. Quando uma instituição pública cria um perfil ou página em uma rede social é preciso realizar um trabalho de credibilidade e fidelização de seguidores que é construído diariamente com o trabalho de identificação de seus públicos, adequação de conteúdo, frequência de publicações, agilidade nas interações e estímulo ao engajamento.

Atualmente o IFF está presente nas seguintes redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram* e *Flickr*, mas para efeito deste artigo, iremos abordar as quatro primeiras que são as mais utilizadas para interação com a sociedade, sendo a última mais um repositório de fotografias para divulgação junto à imprensa e instituições parceiras. O *Twitter* e o *YouTube* são canais sistêmicos administrados por todos os comunicadores da instituição; já no *Facebook* e *Instagram*, cada unidade conta com seu perfil, neste caso, serão analisadas as contas da Reitoria, consolidadas como institucionais porque divulgam ações de todo o Instituto.

a) *Facebook*

Pode-se considerar como o principal perfil nas redes sociais, aquele no qual os usuários mais se relacionam com a instituição em termos de curtidas, comentários e perguntas. A atualização do canal é feita diariamente com postagens sobre eventos, ações e oportunidades da instituição e todas as interações recebem *feedback* quase que instantâneo ou, no máximo, em 24 horas. As publicações são realizadas por meio de imagens (atraentes), textos (adequados ao conteúdo e público) e vídeos (dinâmicos). As figuras abaixo apresentam diferentes formatos de publicação: a) **Informação**: cujo objetivo é divulgar informações de interesse público sobre a instituição; **Sensibilização**: promover engajamento dos usuários em relação a algum tema, como, por exemplo, a campanha de doação de sangue; **Educação**: objetivo de orientar as pessoas ou conscientizá-las sobre algum assunto, como a campanha contra o mosquito da dengue; **Vídeos**: formato atrativo e dinâmico de promover a instituição ou alguma de suas ações;

Memes: momento de descontração e interação seguindo comportamentos que viralizam nas redes sociais; **Orientação:** orientar os seguidores a respeito de alguma informação importante.

Figura 1: Informação



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense – Reitoria

Figura 2: Sensibilização



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense – Reitoria

Figura 3: Educação



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense - Reitoria

Figura 4: Vídeos



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense - Reitoria

Figura 5: Memes



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense - Reitoria

Figura 6: Orientação



Fonte: *Facebook* Instituto Federal Fluminense - Reitoria

Pode-se afirmar, entretanto, que a página ainda é muito nova - foi criada em 06/02/2014 - mas já conta com 10.483 curtidas¹, número que cresce a cada segundo, a partir de um processo de divulgação do perfil e consolidação de sua existência na rede, em um trabalho que visa o estabelecimento de um diálogo com o público e sua consequente credibilidade. Por limitação da própria ferramenta, o dado mais antigo possível de ser extraído é de 26 de maio de 2015, quando a página tinha 1913 curtidas. Pode-se observar, pela Figura 7, que o número de seguidores cresce em um ritmo contínuo com alguns picos de aumento que coincidem com oportunidades de ingresso na instituição, seja em cursos técnicos, superiores ou ingresso de servidores em concurso público. Vale acrescentar aqui que os Processos Seletivos de Cursos Técnicos acontecem anualmente, reunindo cerca de 10 mil candidatos, e os de Vestibular são realizados semestralmente, com uma média de 3 mil candidatos e os interessados recorrem com frequência ao recurso de mensagens do Facebook para tirar dúvidas sobre as seleções e a rapidez no tempo de resposta faz com que mais e mais usuários busquem

¹ Dados de 23 de maio de 2017.

a página para se informarem reconhecendo nela um verdadeiro canal de relação de diálogo com a instituição.

Figura 7: Evolução de curtidas na página do IFF



Fonte: Extraído da página do *Facebook* do Instituto Federal Fluminense – Reitoria em 23 de maio de 2017

Pode-se concluir, então, que em três anos, o *Facebook* da Reitoria do IFF apresentou um movimento contínuo e crescente de curtidas com picos em momentos que são de grande interesse público. O movimento de construção da página e engajamento público acontece, inicialmente, concomitante ao processo de construção da Política de Comunicação, e vem ao longo destes anos se consolidando, fortalecendo, aprimorando e criando novas formas de divulgação, discurso e conteúdo, o que resulta em fidelização do usuário, engajamento, credibilidade e interação, e isso tudo se reflete em um processo comunicativo rico e sólido para a instituição e para a sociedade.

b) Twitter

Apesar de não ser uma ferramenta tão popular quanto o *Facebook*, o *Twitter* também é considerado um canal estratégico, com uma linguagem diferenciada, onde só é possível escrever 140 caracteres, mas que foi aprimorando ao longo dos anos e que hoje permite a adição de imagens às postagens, o que as torna muito mais atraentes para o usuário, vídeos, *gifs* e enquetes. Outra facilidade do *Twitter* é que ele permite, por meio de marcação (@iffuminense, por exemplo) o acompanhamento de menções em relação à instituição, o que é importante para a própria retroalimentação da comunicação, monitoramento de possíveis crises e identificação de conflitos ou oportunidades.

O *Twitter* do IFF é um canal institucional, cuja administração é compartilhada por todos os comunicadores do Instituto, mas que ainda requer uma maior atenção e

desenvolvimento específico de conteúdo para deslançar em seu verdadeiro potencial. A conta foi criada em 24 de maio de 2010, mas passou um período desativada, sendo retomada em fevereiro de 2014. Atualmente, são 3.556 seguidores e seguindo 253 contas. Na janela Notificações é possível observar que, apesar de em grau bem menor do que o do *Facebook*, a conta do IFF no *Twitter* tem atividades diárias de curtidas, *retweets* e mensagens. Atualmente, o canal replica os mesmos conteúdos publicados no *Facebook* e observa-se que esta estratégia precisa ser repensada. Como o *Twitter* tem um público específico, é necessário adequar o conteúdo das postagens, explorando mais as funcionalidades da ferramenta para o crescimento da página.

c) *YouTube*

O *YouTube* é uma plataforma de vídeo que cresce a cada dia, principalmente entre os jovens, e que tem um grande potencial de divulgação e viralização de informações, contudo seu uso requer uma estrutura maior e especializada de produção de vídeos que devem ter qualidade técnica para sua exibição por uma instituição pública do porte do IFF. O canal foi criado em 2014, em conjunto com a criação da Coordenação de Multimeios, ligada à Diretoria de Comunicação, e vêm crescendo exponencialmente tendo em vista os investimentos, a partir de 2016, em recursos materiais e humanos, que possibilitaram uma periodicidade maior de produção de conteúdos, bem como a criação de novos materiais. O canal conta com 1079 inscritos e 70.783 visualizações, e é utilizado para divulgar vídeos institucionais; uma série de vídeos sobre os cursos técnicos e superiores ofertados pela instituição, intitulada “Encontre seu Curso”; e um conjunto de entrevistas realizadas semanalmente sobre assuntos diversos da instituição, intituladas “Acontece no IFF”; além de aulas da modalidade da Educação a Distância. Apesar de ainda ter um baixo engajamento, as expectativas em relação ao canal são significativas visto o investimento na produção de conteúdo, bem como a sua interrelação com outras redes sociais como o *Facebook*, *Twitter* e o próprio portal institucional.

d) *Instagram*

O *Instagram* é o mais novo desafio comunicacional do IFF. Começou a ser utilizado a partir de 2016 e pode-se dizer que trata-se de uma nova ferramenta que ainda está sendo explorada, estudada e testada. Conta com 424 seguidores e segue 275 contas. Inicialmente, uma rede social de fotos que só pode ser alimentada pelo celular, o

Instagram agora também permite a publicação de vídeos, os chamados *stories*, que permanecem no ar por 24 horas e depois são apagados da linha do tempo do usuário. Tal ferramenta caracteriza-se como um canal de relacionamento de potencial interação com o usuário e de divulgação de ações institucionais por meio de imagens e vídeos, em formato que apresenta ser bastante dinâmico, mas que exige, assim como as demais redes sociais, um trabalho direcionado.

4. Considerações Finais

Observou-se nessa pesquisa que a partir do processo de construção e implementação da Política de Comunicação do IFF foram sistematizadas e potencializadas ações para uma maior e mais eficiente utilização das redes sociais, o que promoveu maior dinamicidade da comunicação com toda a comunidade interna e externa.

Os avanços identificados incluem um maior número de acessos e interações com os usuários nessas redes, evidenciando uma mudança de perfil da comunicação com o Instituto, onde as redes sociais parecem tender a tornarem-se a primeira tentativa de forma de comunicação, até mesmo por seu caráter multilateral, em que é possível estabelecer um diálogo e troca de informações. Identifica-se, então, que para o usuário, pela lógica da multilateralidade, as redes sociais são os canais de relacionamento pelos quais ele pode obter respostas rápidas da instituição de forma clara e objetiva. Por outro lado, verifica-se ainda a necessidade de aprimoramentos de formatos de conteúdo e linguagem para as diferentes redes em que o Instituto está presente.

Conclui-se, também, que as redes sociais para as instituições públicas ainda são uma realidade complexa, pois embora o IFF esteja investindo nestes meios de comunicação para interagir com a sociedade, o público ainda está descobrindo que esta é uma relação que pode dar certo, na qual ele será ouvido, compreendido e respeitado. Um trabalho que demanda esforço por parte da instituição, com produção adequada de conteúdo, monitoramentos e investimentos constantes visto que estas ferramentas estão sempre em modificação, mas cujo esforço representa uma postura de transparência e aproximação com o cidadão na busca por uma sociedade mais participativa nas ações públicas e uma esfera pública mais democrática.

Referências

BRANDÃO, E. P., 2007. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J., 2007. *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. Disponível em: <<http://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2016/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%BAblica.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

BRASIL, 2008. *Lei N.º 11.892 de 29 de dezembro de 2008*. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm>. Acesso em: 28 jun. 2017.

BRASIL, 2016. Ministério da Educação. Expansão da Rede Federal. 27 de maio de 2016. Disponível em: <<http://redefederal.mec.gov.br/expansao-da-rede-federal>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

CASTELLS, M., 2000. *A sociedade em rede*. Volume I. Paz e Terra.

DUARTE, J., 2007. *Comunicação Pública*. São Paulo: Atlas.

KOÇOUSKI, M., 2012. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, H. (org.), 2012. *Comunicação pública interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

KUNSCH, M. M. K., 2012. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, H. (org.), 2012. *Comunicação pública interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

LEMOS, A., 2005. *Cibercultura e Mobilidade*. A Era da Conexão. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ.

LEMOS, A., 2007. Cibercultura como território recombinante. In: MARTINS, C. D.; CASTRO e SILVA, D.; MOTTA, R. (org), 2007. *Territórios recombinantes: arte e tecnologia – debates e laboratórios*. São Paulo: Instituto Sérgio Motta.

NASCIMENTO, L. L. N., 2012. Comunicação pública nas redes sociais digitais. In: MATOS, H. (org.), 2012. *Comunicação pública interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

IFF – INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE, 2016a. Apresentação. Disponível em: <<http://portal1.iff.edu.br/conheca-o-iffuminense/apresentacao>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

IFF – INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE, 2016b. Resolução nº 021 de 26 de fevereiro de 2016. Aprova a Política de Comunicação do Instituto Federal Fluminense. Disponível em: <<http://cdd.iff.edu.br/documentos/resolucoes/2016/resolucao-no-021-de-26-de-fevereiro-de-2016>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

ANTHONE MATEUS MAGALHÃES AFONSO
Instituto Federal Fluminense / Universidade Estácio de Sá.
anthone.mateus@gmail.com

SÉRGIO INÁCIO DA ROSA
Instituto Federal Fluminense / Universidade Estácio de Sá.
sergioinacioiff@gmail.com

WANIA REGINA COUTINHO GONZALEZ
Universidade Estácio de Sá / Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
waniagonzalez@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a utilização das redes sociais por quatro Organizações Não Governamentais (ONGs) que desenvolvem ações educativas no estado do Rio de Janeiro. Este trabalho faz parte do grupo de pesquisa de Políticas Públicas, Gestão e Formação de Educadores da Universidade Estácio de Sá (UNESA) que realiza sistematicamente pesquisas no âmbito das relações entre os diferentes espaços formativos no tocante às ações educativas destinadas aos jovens em situação de vulnerabilidade social. A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise documental e de entrevistas semiestruturadas realizadas com os coordenadores pedagógicos nas instituições elencadas. A utilização das redes sociais ocorre tanto no intuito de ampliar a comunicação das ações educativas desenvolvidas nas comunidades e divulgadas nos sites institucionais como também para arrecadar doações. Constatou-se também a utilização das redes sociais para um acompanhamento assistemático de egressos, atividade apresentada como de grande dificuldade de execução pelas ONGs, principalmente devido à falta de recursos.

Palavras-chave: redes sociais; cidadania; ONG; transformação social.

ABSTRACT

This article aims to analyze the use of social networks by four Non Governmental Organizations (NGOs) that develop educational actions in the state of Rio de Janeiro. This work is part of the Research Group of Public Policies, Management and Training of Educators of the University Estácio de Sá (UNESA) that systematically conducts research in the scope of the relations between the different formative spaces in relation to educational actions aimed at young people in situations of vulnerability social. The research was developed based on documentary analysis and semi-structured interviews with the pedagogical coordinators in the listed institutions. The use of social networks occurs both in order to broaden the communication of educational actions developed in communities and publicized on institutional sites as well as to collect donations. It was also verified the use of social networks for an non-systematic follow-up of graduates, an activity presented as a major difficulty for NGOs to carry out, mainly due to a lack of resources.

Keywords: social networks; citizenship; NGO; social transformation.

1. Introdução

Com o objetivo de estudar as potencialidades na articulação entre espaços formais de ensino e os espaços não escolares, o grupo de pesquisa de Políticas Públicas, Gestão e Formação de Educadores, da Universidade Estácio de Sá (UNESA²), tem realizado pesquisas em diversas Organizações Não Governamentais (ONGs) e analisado as ações educativas desenvolvidas com jovens em situação de vulnerabilidade social.

Neste artigo serão apresentados dados de pesquisa realizada em quatro instituições localizadas no estado do Rio de Janeiro: Instituto Paulo e Estevão; Instituto Vida Plena; Obra do Salvador e Obra Social Antonio de Aquino. O objetivo principal é verificar como essas ONGs utilizam as redes sociais virtuais no desenvolvimento de suas ações.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise documental e entrevistas semi-estruturadas feitas com os coordenadores das ações educativas em cada ONG.

Para conduzir essa discussão, a próxima seção apresenta um breve histórico das parcerias público-privadas no Brasil a partir da década de 1990, seguida da caracterização das ONGs pesquisadas, suas ações educacionais desenvolvidas e as formas de utilização das redes sociais.

2. Parcerias público-privadas no Brasil a partir da década de 1990

A implantação e desenvolvimento de ações governamentais, de cunho neoliberal, alteram o papel do Estado e colocaram em destaque as parcerias público-privadas, potencializando a participação da sociedade civil, a partir dos anos de 1990. O papel do Estado como regulador da economia e das demandas sociais foi questionado, revelando sinais de sua ineficiência, de estrutura burocrática sobrecarregada e de gastos elevados e, numa visão capitalista, desnecessários e passíveis de corte para um melhor funcionamento e maior racionalização dos recursos públicos.

² Os dados apresentados neste texto fazem parte do projeto Políticas Educacionais: as relações entre os diferentes espaços formativos, coordenado pela professora Dra. Wania Gonzalez. O estudo aborda a interpenetração dos espaços formativos no cenário educacional brasileiro e reconhece potencialidades nos espaços não formais de ensino, como uma perspectiva mais ampla da formação humana.

Essa mudança do papel do Estado requer a reestruturação dos seus serviços, orientados pela necessidade de “transferir para o setor privado as atividades que podem ser controladas pelo mercado”, uma vez que o Estado gerou “distorções e ineficiências ao tentar assumir as funções diretas de execução. Era preciso e necessário dividir as responsabilidades, porém com mecanismos de controle e fiscalização exercidos pelo próprio Estado” (BRASIL, 1995, p. 17).

Desenvolveram-se diversos processos de descentralização, flexibilização e privatização de instituições estatais, ocasionando modificações na relação do Estado com a sociedade civil, o que implicou na invocação desta para assumir diversas funções que até então eram exercidas exclusivamente pelo poder público.

Essas mudanças começaram a ser implementadas no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), a partir de uma reforma da administração pública comandada pelo então Ministro da Administração Federal e Reforma do Estado, Luiz Carlos Bresser Pereira, o que deu origem a um documento orientador para a reforma do Estado, com vistas a fortalecer a economia de mercado. A resolução das questões sociais é entendida nesse documento como a partir do desenvolvimento do terceiro setor e do trabalho voluntariado (SILVA, 2011). Em consequência, intensificaram-se as parcerias público-privado para fomento de projetos sociais e educacionais executados por ONGs, sob fiscalização do aparelho do Estado.

Montaño (2007, p.53), ao tratar do Terceiro Setor, entende que o termo não é neutro, mas “é construído a partir de um recorte do social em esferas: O Estado o primeiro setor, o mercado o segundo setor e a sociedade civil o terceiro setor”. Esse recorte isola e torna mais dinâmico os respectivos setores; como se o político fizesse parte da esfera estatal, o econômico ao âmbito do mercado e o social se reportasse apenas à sociedade civil, num conceito de cunho exclusivamente reducionista.

O Estado deixava de ser o provedor direto de serviços como saúde, educação e seguridade social e passava a ser o regulador desses mesmos serviços, na perspectiva de transferência dos mesmos. A educação, assim como outros setores da sociedade, também sofreu os impactos dessa reforma, pois ela era “entendida como um serviço não exclusivo do Estado, portanto, passível de ser executado por instituições públicas não estatais, assim como instituições privadas, sob o ponto de vista da divisão de responsabilidade com a sociedade civil” (BRESSER-PEREIRA, 1999, p. 55).

No campo da educação essa mudança ocorre a partir da promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN) – Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996 – que abriu caminho aos processos educativos que ocorrem em espaços não formais ao definir logo em seu artigo primeiro a educação como aquela que abrange “processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais” (BRASIL, 1996). A concepção de educação abrange um processo mais amplo, que extrapola a atuação da educação formal desenvolvida nas escolas.

As pesquisas sobre a efetividade dessas parcerias público-privadas para oferta de projetos sociais e educacionais foram então intensificadas e a utilização do termo educação não formal foi ampliada para além dos processos alternativos de alfabetização ou educação de adultos nos anos 2000. “ONGs, entidades como Sesc, Senac, Itaú Cultural, Programas Educativos e outros passam a utilizá-la no campo da atuação junto a comunidades variadas, principalmente associada à promoção da cidadania, inclusão social, etc” (GOHN, 2010, p. 13).

Convém esclarecer que adotamos, à luz de Gohn (2010), um conceito amplo de educação que envolve os campos da educação formal, não formal e informal.

Por educação formal compreende “aquela desenvolvida nas escolas, com conteúdos previamente demarcados” (GOHN, 2010, p.15). É desenvolvida por professores e, por ser regulamentada em lei, se organiza de acordo com diretrizes nacionais e atesta os conhecimentos adquiridos através de certificados e diplomas.

A educação não formal é “aquela que se aprende no ‘mundo da vida’, via processos de compartilhamento de experiências, principalmente em espaços e ações coletivos cotidianos” (GOHN, 2010, p.16). É uma educação que não é nativa (natural ou espontânea), tal como também ocorre com a formal. Porém, sua intencionalidade e propostas não são construídas no ambiente escolar. Pode ser desenvolvida em sindicatos, igrejas, organizações não governamentais e outros espaços associativos. Geralmente é conduzida pelos educadores sociais e desenvolvida no ambiente ou comunidade dos educandos, podendo também certificar os conhecimentos adquiridos. A potencialidade deste tipo de educação é a sua contribuição para a formação de uma nova cultura política.

Como educação informal compreende-se aquela onde os indivíduos aprendem durante o processo de socialização gerado nos relacionamentos intra e extra familiares (amigos, religião, clube, etc). “Incorpora valores e culturas próprias, de pertencimento e sentimentos herdados. Os indivíduos pertencem àqueles espaços segundo determinações de origem, raça/etnia, religião, etc. São valores que formam as culturas de pertencimento nativas dos indivíduos.” (GOHN, 2010, p.16). Os agentes educadores são os pais, a família, os amigos, os vizinhos, os colegas de escola ou trabalho, dentre outros. Ao contrário da educação formal e da não formal, o processo educativo não é intencional (é espontâneo) e não pode certificar os conhecimentos adquiridos.

Ao definir os objetivos de cada campo educacional, a autora afirma ainda que na educação formal, dentre outros, são voltados para o ensino e a aprendizagem “de conteúdos historicamente sistematizados, regulamentados e normatizados por leis, dentre as quais se destacam a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN)” (GOHN, 2010, p.18).

Em outra dimensão, a educação informal socializa os indivíduos e desenvolve hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e de se expressar, segundo valores e crenças dos grupos que se frequenta ou que pertence por herança, desde o nascimento. “Trata-se do processo de socialização dos indivíduos em que os componentes herança e naturalização estão presentes” (GOHN, 2010, p.19).

Já a educação não formal, ao contrário da informal, não é herdada, é adquirida. “Ela capacita os indivíduos a se tornarem cidadãos do mundo, no mundo. Sua finalidade é abrir janelas de conhecimento sobre o mundo que circunda os indivíduos e suas relações sociais” (GOHN, 2010, p.19). Segundo a autora, seus objetivos não são dados a priori, eles seriam construídos em um processo interativo, gerando um processo educativo que tem como meta a transmissão de informação e formação política e sociocultural.

De forma sucinta, Gohn (2010, p. 33) define a educação não formal como:

É um processo sociopolítico, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, entendendo o político como a formação do indivíduo para interagir com o outro em sociedade. Ela designa um conjunto de práticas socioculturais de aprendizagem e produção de saberes, que envolve organizações/instituições, atividades, meios e formas variadas, assim como uma multiplicidade de programas e projetos sociais.

Convergindo com Gohn, na defesa da educação não formal como um processo sócio-político, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, o que ela define como educação cidadã, propõe-se ainda um compartilhamento com a ideia dessa educação como social, numa perspectiva política e humanitária de assistência para socialização dos indivíduos, especialmente os que estão em situação social precária. Não se defende a educação não formal apenas para os que estão à margem da sociedade, em situações de vulnerabilidade, mas compreende-se que a formação sócio-política aliada à profissional pode potencializar o poder de transformação de sua ação quando desenvolvida no mesmo ambiente onde vivem os indivíduos nessas condições.

Diferentemente de Gohn (2010), Sposito (2008) prefere adotar a designação “não-escolar” para se referir às ações educativas intencionais que acontecem para além do sistema escolar, uma vez que verificou vários casos de ações educativas no campo não formal com alto grau de estruturação e com bases institucionais sólidas. Segundo a autora:

A expressão “não-formal” é limitada e inadequada para designar essas modalidades diversas de oferta educativa para além do sistema escolar. Muitas dessas práticas são formais porque envolvem conteúdos, planejamentos e, também, institucionalizadas. Embora a tradição prevaleça no uso do termo, concordo com a excelente análise realizada por Brougère e Bezille (2007) que preferem trabalhar com a ideia de que o processo educativo assume formas diversas. Assim, a forma escolar seria uma forma educativa dentre outras, caracterizada pelo grau mais elevado de institucionalidade (SPOSITO, 2008, p. 95).

Outro ponto a ser considerado, compartilhando do posicionamento de Gohn (2010) e Sposito (2008), é que as dimensões escolar e não escolar, tratando da educação formal e não formal especificamente, não devem ser vistas de forma concorrente, mas sim como algo que se relaciona e até se complementa em algumas situações. Sposito (2008, p. 84), assume a perspectiva

de análise empreendida por Manuela Du Bois Reymond que afirma: “A reflexão sobre a educação não formal é também, por definição, uma reflexão sobre a educação formal. Todas as medidas e políticas concernentes à educação não-formal afetarão no longo prazo a educação formal” (Reymond, 2003, p. 2), ou seja, as duas modalidades de oferta educativa de algum modo estão em processo de interação mesmo que ações muitas vezes privilegiem apenas um dos pólos.

Sposito (2008) traz ainda em sua pesquisa um diagnóstico importante para o entendimento e estabelecimento de práticas e estratégias aplicadas à educação

profissional, seja nos espaços formais ou não formais de ensino. Segundo a pesquisadora, os jovens convivem com o mundo do trabalho ao mesmo tempo em que convivem com o ambiente escolar e, apesar da expansão do sistema escolar, estão muito mais próximos do mundo do trabalho do que das instituições educativas. A oferta de educação em ambientes não escolares tendem então a apresentar êxito maior quando convergem para os anseios desses jovens no ingresso no mundo do trabalho, de modo que não abandonem seus cursos na presença de qualquer adversidade.

Outra contribuição importante no campo do desenvolvimento de ações educativas em espaços não formais ou não escolares vem do campo da pedagogia social. De acordo com Caliman (2010), é grande o potencial de intervenção através de ações educativas nas situações cujas realidades emergem de pedidos de ajuda, de solidariedade e de orientação. No entanto, essa intervenção

[...] deve ser preventiva, para que as pessoas, sobretudo as mais jovens, cresçam de modo sereno e equilibrado. A ação preventiva se dá através da educação que, extrapolando os limites das salas de aula, se desenvolvem por meio de atividades culturais, de ocupação do tempo livre: esporte, lazer, música, teatro, ritmo, expressão e arte etc (CALIMAN, 2010, p. 357-358).

A educação não formal assume então um importante papel no desenvolvimento da inclusão social, historicamente delegado às escolas, à educação formal. Segundo Caliman (2010), os espaços formais também são indispensáveis nessa tarefa, mas não são únicos nem suficientes. E ainda afirma:

Os processos educativos têm sido sempre centralizados, no Brasil, naqueles relacionados ao sistema escolar. A demanda emergente das necessidades sociais, especialmente aquelas referentes à infância e à juventude trouxe à tona outros processos educativos igualmente significativos e influentes. Em muitos casos a população socialmente excluída, em particular crianças, adolescentes e jovens, encontra em organizações sociais e outros ambientes não formais o apoio indispensável para superar as suas condições de exclusão (CALIMAN, 2010 p. 345).

No campo da educação profissional, Manica e Caliman (2010) defendem um processo que vai além de educar para o conhecimento técnico e tecnológico que é trabalhado nas escolas formais. Além desses conhecimentos, deve visar à transformação social e à promoção de condições de bem-estar social, de convivência, de exercício da cidadania, de promoção social e desenvolvimento, de superação de condições de sofrimento e marginalidade.

Segundo Manica e Caliman (2010, p. 45), os ambientes tidos como não formais,

[...] exigem um planejamento diferenciado, um querer pedagógico. Proporcionam um desafio constante do educador que assume a função de fazer uma educação para alunos que vivem em situações diferentes das dos alunos que têm suas necessidades atendidas. Esse tipo de metodologia exige um educador que alie seus conhecimentos teóricos e didáticos ao conhecimento da pedagogia social, que crie seu próprio método de acordo com o que vai ensinar, necessitando escolher a que sistema deseja servir e qual sua postura nessa escolha: manutenção ou transformação social.

As ações educativas nesse campo devem ser diferenciadas das desenvolvidas na educação formal: devem ser voltadas para as particularidades da rede social atendida, com metodologia e materiais próprios, de modo a atrair e incluir o público-alvo desejado.

E é nesse cenário pós década de 1990, descrito de forma breve nessa seção, que as ações educativas são desenvolvidas nas ONGs brasileiras pesquisadas. Na próxima seção serão apresentadas suas principais características, alguns pontos de aproximação e distanciamento, potencialidades, fragilidades e como se dá a utilização das redes sociais.

3. Práticas educativas desenvolvidas em ONGs do estado do Rio de Janeiro e a utilização das redes sociais

Das quatro ONGs pesquisadas no estado do Rio de Janeiro, duas estão localizadas na capital (Instituto Paulo e Estevão e Obra Social Antonio de Aquino), uma na cidade de Seropédica (Instituto Vida Plena) e outra na cidade de Campos dos Goytacazes (Obra do Salvador).

O Instituto Paulo e Estevão foi fundado em 03 de outubro de 2002 como uma sociedade civil de caráter beneficente, cultural e holístico. Inicialmente desenvolvia suas atividades na Avenida Treze de Maio, passando posteriormente, no ano de 2005, para a Rua do Senado, no centro da Cidade do Rio de Janeiro. Devido à necessidade de reformas em suas unidades, interrompeu as atividades por quase dois anos, retornando no início do ano de 2017. Sua missão é prestar serviços de assistência social, buscando a formação do homem de bem. Realiza uma série de atividades voltadas para a promoção da cidadania, atuando junto à população de rua e famílias carentes e em situação de risco.

Suas atividades são realizadas com mão de obra voluntária e recursos oriundos de doações. Realizam atividades assistencialistas para moradores de rua e ações educacionais que incluem a alfabetização de adultos, o reforço escolar, cursos de informática e de música e evangelização. O atendimento é feito desde crianças a adultos. Possui vocação e atividades ligadas à formação espírita (CERQUEIRA, 2013).

Outra instituição pesquisada na capital do estado é a Obra Social Antônio de Aquino. Trata-se de uma instituição que desenvolve atividades de assistência e promoção social, saúde e educação, cultura e lazer com a finalidade de beneficiar pessoas que vivem em situações de vulnerabilidade socioeconômica em decorrência de suas condições financeiras restritas. Teve início em 1961 e é declarada como sem fins lucrativos e de filosofia moral cristã espírita. Possui três divisões para desenvolvimento das suas atividades: divisão assistencial, educacional e divisão de saúde. Atende a todas as faixas etárias: crianças, jovens, adultos e idosos em condições de vulnerabilidade. Oferece curso de pré-vestibular, creche, grupo educativo para mães gestantes (trabalhos manuais/artesanato), curso de Inglês e dois projetos voltados especificamente para crianças (Transformar e Para um futuro melhor) (ÁVILLA, 2014).

Localizado na cidade de Seropédica, o Instituto Vida Plena é uma ONG evangélica, criada em 28 de setembro de 2011. Funciona em regime de internato e é voltada para mulheres de 18 a 58 anos com dependência química. Com o objetivo de reabilitação, são oferecidas atividades de terapia ocupacional, laborterapia, oficinas de artes, biscuit, corte e costura, bordado e fuxico, tapeçaria e *silk screen*, culto e oração. Atualmente possui outra unidade na mesma cidade onde oferece apoio gratuito através de equipe multidisciplinar a crianças socioeconomicamente desfavoráveis que apresentam dificuldades linguísticas (CHAVES, 2014).

No interior do estado do Rio de Janeiro, na cidade de Campos dos Goytacazes, foi pesquisada a ONG Obra do Salvador. Fundada em 21 de maio de 1987 por D. Carlos Alberto Navarro para ser instrumento de ação sócio-transformadora, é reconhecida de utilidade pública municipal, estadual e federal e vinculada à igreja católica. Destaca-se pelo trabalho com jovens em condições de vulnerabilidade social, através de parceria com o Conselho Municipal de Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMPDCA), Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS) e Fundação da Infância e Adolescência (FIA). Jovens entre 14 e 24 anos frequentam, diariamente,

oficinas de iniciação profissional, de reforço escolar e atividades lúdico-artísticas com possibilidade de encaminhamento para o mundo do trabalho através do programa Jovem Aprendiz e de outras parcerias firmadas. São oferecidos os cursos de Operador de Comércio; Assistente Administrativo; Panificação; Hotelaria; Instalações e reparos domiciliares; Confeitaria; Imagem Pessoal; Descobrimdo Talentos e Iniciação profissional para adolescentes (AFONSO, 2013).

As quatro ONGs pesquisadas atuam com objetivo da formação cidadã, conforme defendido por Gohn (2010), preocupadas em formar os indivíduos para a vida e promover sua inserção na comunidade, interferindo nas condições de vulnerabilidade dos educandos e trabalhando alguns valores que contribuam para sua superação. O depoimento do coordenador da Obra do Salvador destaca que os cursos ofertados são um chamariz, um atrativo para que também seja possível trabalhar outros valores importantes na formação dos educandos de modo a superar sua condição de exclusão, tal como sugerido por Caliman (2010).

Na verdade esse nome Operador de Comércio, Assistente Administrativo é tudo um chamariz. É tudo para a gente chamar o adolescente para perto da gente para a gente ter condição de trabalhá-lo, porque senão ele não vem. [...] As regras são muito incisivas aqui e os jovens muitas vezes reclamam muito, né. Mas as regras não é porque nós somos uma entidade que tem esse fundo religioso, não é por conta disso. Às vezes as pessoas começam a imaginar: Obra do Salvador, ah é porque é ligado a igreja e aí então... e não tem nada disso. Então é por isso que tem muita regra: não pode vir de bermuda, tem que vir de calça, e quando ele for trabalhar ele não vai trabalhar de bermuda. E hoje se deixar os adolescentes só usam... as roupas são todas curtas, são as calças caindo, bermuda caindo e a gente previne essas questões. Meninos não podem usar brinco, as meninas não podem usar brincos grandes, os cabelos têm que ser bem aparados, não pode ser usado boné... E isso para adolescente é uma disciplina que eles não têm em casa. Esse tipo de disciplina não tem em casa. Então as meninas, elas realmente usam as roupas curtas em casa e se alguém da família falar ela vai ainda arrumar um namorado traficante só pra passar na cara da família. E aqui a gente consegue porque aqui a nossa grande utopia desde a gente constrói junto com eles é a inserção no mercado de trabalho, a questão de depois ter um dinheiro, poder ter aquele quarto dos sonhos que eles têm, né, porque eles gastam geralmente com isso: o quarto dos sonhos e tal... (Coordenador da Obra do Salvador).

As pessoas atendidas, por viverem muitas vezes em situações de vulnerabilidade extrema, necessitam de uma maior compreensão e entendimento de sua realidade por parte dos educadores sociais de modo que as atividades educacionais sejam compatíveis e adequadas à rede social em que estão inseridos. Essa melhor compreensão da realidade é característica determinante e fundamental das instituições que ofertam ações

de educação não formal, e que consiste numa grande dificuldade do ensino formal que acaba gerando exclusão ou evasão de uma massa carente que não se sente parte daquelas atividades, pois parecem não terem sido feitas para o “seu mundo”. O depoimento da coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino, que foi professora da rede municipal por quase 30 anos, ilustra bem essa situação:

Eu fui quase 30 anos na prefeitura como professora. Uma coisa que me irritava, que me deixava fora de mim, quando eu chegava em uma segunda-feira, após um final de semana lotado de sol, encontrar o meu aluno sujo, com a roupa suja, sabe...aquela toalha que foi na sexta-feira e que voltou do mesmo jeito...aqueles pés imundos, eu ficava mas tão perturbada com aquilo... Meu Deus como é que pode, a criança foi para casa e ninguém viu, ninguém pegou a roupinha da criança para lavar, para mim isso é uma coisa tão simples, você pegar a roupa de uma criança lavar, nossa... porque... mas depois que eu vim trabalhar aqui, eu comecei a entender a cabeça dessas pessoas, até porque como eu sou espírita e eu tenho uma visão não somente do hoje, mas do ontem também e a gente sabe que a gente tem é... Eu já construí, como pessoa, como espírito imortal, eu já construí tantas coisas dentro de mim e tenho tantas coisas por construir e essas pessoas, muitas delas, ainda nem começaram o seu projeto de construção. Então, como posso exigir que a pessoa tenha uma coisa, ter uma coisa, que nem ela tem. Então, é difícil para pessoa, então... aí eu me via criticando, não, não é por aí...não que você vai compactuar achando que ela está certa...a gente chama a atenção, se você puder, se você conseguir, você orienta, você dá aquela coisa, mas a gente começa a entender. E às vezes você pensa, não cara vou dar um curso de informática para aquelas mulheres, elas precisam... Não vou dar um curso de cabeleireiro, vamos fazer... Porque a nossa cabeça, ela funciona assim. A gente não está errado, nós não estamos errados... Mas no momento o que elas precisam não é isso. Elas precisam de repente saber como se faz uma higiene íntima, não sabem... Uma mulher que até já tem relações sexuais, não sabe fazer uma higiene. Ela não sabe de repente é... Gerenciar a casa dela, gerenciar uma cozinha, são coisas assim, como não? Porque ela não aprendeu, ela viveu sempre naquele burburinho, naquela confusão... Aquilo foi construído... entendeu? (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

As atividades educativas são ministradas no contraturno escolar em todas as ONGs, com exceção das ações realizadas no Instituto Vida Plena que funciona em regime de internato (destinado à recuperação de mulheres com dependência química). Todas que oferecem atividades no contraturno mencionaram que de alguma forma realizam o acompanhamento do desenvolvimento escolar dos seus educandos e, em alguns casos, utilizam essas informações como pré-requisito para participação em algumas atividades educativas, sociais e assistenciais. Trata-se de um ponto claro de cooperação entre a educação não formal e formal em busca da melhoria do resultado desta através de exigências daquela.

Segundo os coordenadores, os alunos apresentam resultados claros de melhora no ensino formal a partir das atividades desenvolvidas na educação não formal, nos projetos desenvolvidos nas ONGs. E essa melhoria do aprendizado não está ligada apenas ao reforço escolar oferecido, mas também a outras atividades acadêmicas e de acompanhamento médico e psicológico.

Foi bem na prova, né. Tá melhorando, Tá conseguindo participar mais da aula, né. Igual esse menino que faz aula agora. Ele “ah! detesto matemática”. “Entendo nada”. “Não sei o que”. Agora ele já fala: “Poxa, estou conseguindo acompanhar a aula”. Entendendo o que a professora está falando. Porque às vezes não é nem que a criança tenha dificuldades, que ele perdeu ali o momento e ficou prá trás e o tempo foi passando, e ele ficou entendeu? Às vezes, você pega, dá um empurrãozinho assim, ensina aquilo direitinho para a criança, ela vai embora. Então, o retorno as próprias crianças trazem, entendeu, a gente pede que sempre que possível trazer os boletins pra a gente ter estes registros, né. Eles trazem os relatos. A aula de inglês, por exemplo, as meninas também tinham muita dificuldade. E hoje já falam que tem uma facilidade maior na escola, entendeu? Que as aulas aqui ajudam. É... a leitura, a concentração. Tem o outro garotinho que é muito agitado. Ele vem melhorando bastante, a questão da concentração, entendeu? (Coordenadora do Instituto Paulo e Estevão).

Na Obra Social Antônio de Aquino, a coordenadora ressalta que eles desenvolvem ações assistenciais, mas que vinculam a essas ações a obrigatoriedade dos atendidos se matricularem em um dos cursos disponíveis. E nesses cursos são desenvolvidas possibilidades de geração de renda para que os atendidos progridam e consigam deixar a condição de vulnerabilidade que se encontram.

Essa questão educativa já começa na promoção social, por que na promoção social é... elas mensalmente tem a obrigação de se matricular em um curso... [...] Então temos esses grupos educativos. Temos os grupos de trabalhos manuais, temos idiomas, assim, dependendo as vezes, alguns são fixos, alguns mudam dependendo da pessoa que possa vir aplicar o curso, né... Eles estão fazendo agora culinária, agora também...é...esse cursos têm o objetivo que eles comecem a mudar a vida deles, então o Bel, que é o projeto espaço/oportunidade, ele visa dar essas meninas a partir dos 18 anos, que a gente atende, atividades que elas possam gerar renda...Então, por exemplo, elas aprendem culinária, as aprendem a fazer salgadinhos...essas coisas para vender e tal e aprendem como dão preço, como é que compra, como faz a avaliação para dar o preço, para não dar um preço caríssimo ou baratíssimo, né... Para elas terem uma noção é... na costura no crochê, no projeto, no artesanato em geral, isso tudo para que elas comecem a fazer um movimento de modificação, porque elas não vão ficar eternamente na Obra Social. Elas tem um período de 2 anos... (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

Em relação à formação profissional, verificou-se que apenas a Obra do Salvador oferta cursos com foco nessa modalidade. São oferecidas ações de educação profissional para diferentes faixas etárias, com duração de 8 a 10 meses, com aulas de segunda a sexta-feira, com quatro horas diárias no contraturno do ensino regular dos alunos matriculados. Apenas dois dias da semana são destinados às aulas do ensino profissional, sendo os demais dias destinados às atividades lúdicas. Mas o coordenador destaca que nem todos os projetos têm como objetivo principal a formação profissional. No caso do projeto Descobrimdo Talentos, por exemplo, o objetivo é de uma educação preventiva, tal como o preconizado por Caliman (2010):

Tem mais um. É o Descobrimdo Talentos que é para jovens de 14 e 15 anos. É pra jovens menos maduros, para poder eles virem pra cá e terem um aproveitamento melhor, primeiro passam por aqui. Então esse aí a gente não tem muito interesse de encaminhar para o mercado não. É mais para ficar com ele para ele conseguir ficar junto, ficar perto. Pra ele se desenvolver e não precisar acessar essas mazelas sociais que estão aí muito inerentes pra eles. Então é melhor que eles fiquem perto da gente. Então aí tem bastante questão lúdica... Vou pegar aqui as atividades para esse curso. Esse tem confeitaria e salgados, imagem pessoal. Imagem pessoal é dentro dessa ótica de cuidar de toda sua auto-estima: unha, cabelo, maquiagem, tudo. Cabelo, pele, unha. Depilação. Acaba saindo com um ofício, se precisar algum dia, né. Se precisar ganhar dinheiro. Além de confeitaria e salgados que muitos jovens nossos, muitas famílias já contam história pra gente que eles fazem em casa, pra família. Aprendem receitas. Toda receita é copiada no caderno para poder estimular... Tudo com bastante coisa por trás, inerente à metodologia que a gente já assume. Nesse aí também tem a Tetralização Circunstancial que todos os alunos fazem. [...] Tetralização Circunstancial que já é uma base de Celso Antunes. Que é trazer para quatro paredes tudo o que acontece no seu dia a dia. Então ali se discute drogas, se discute sexo, discute namoro, se discute religião, se discute tudo. Discute política, cidadania, direitos, deveres, baderna, bagunça, grêmio estudantil. Ali se discute tudo de Tetralização. Se discute humor, se discute tudo que aquele grupo precisa ser discutido, que ele está precisando (Coordenador da Obra do Salvador).

Na Obra do Salvador, todos os cursos possuem plano de ensino atualizado e programação de acordo com os objetivos propostos em cada aula. Surpreende o alto grau de organização didático-pedagógica encontrado, um ponto de aproximação muito forte com os processos de educação formal, tal como fora observado por Sposito (2008) e que a levou a utilizar o conceito de educação não escolar ao invés de educação não formal que já vinha sendo amplamente utilizado por outros autores:

Há um conjunto de práticas envolvidas na idéia de educação não-formal. Adoto, provisoriamente, a designação 'não-escolar' porque muitas das propostas são fortemente estruturadas, com bases institucionais sólidas,

distantes do que poderia ser consagrado tradicionalmente como o campo do não-formal (Sposito, 2008, p. 88).

Os projetos desenvolvidos pelas ONGs são financiados por doações e, em alguns casos, com verbas públicas. No entanto, foi verificado que esse apoio financeiro público não é continuado, sendo definido geralmente através de editais. No momento da pesquisa, apenas o Instituto Paulo e Estevão não contava com financiamento público. Os demais ofertavam alguma atividade de parceria público-privada.

Além da descontinuidade de recursos públicos, foi mencionado por coordenadores entrevistados que determinadas atividades educacionais e de assistência acabam sendo interrompidas algumas vezes devido à falta de voluntários. As atividades que exigem especialização técnica, tais como psicólogos e assistentes sociais, fundamentais para o funcionamento das ONGs, ficam prejudicadas em certos momentos devido à saída de algum profissional e a dificuldade de contratação por falta de recursos, devendo aguardar então algum profissional voluntário. O depoimento da coordenadora do Instituto Paulo e Estevão retrata bem um desses casos:

Tem a assistente social, tem a psicóloga que a gente conseguiu agora no segundo semestre. Tem a fonoaudióloga que atende também de manhã. Então são estes três profissionais. Todos voluntários. É... assim, no momento tá funcionando bem, o problema as vezes é que no trabalho voluntário que as vezes você tem as pessoas e tem período que fica sem ter. O psicólogo a gente ficou dois anos tentando, buscando, e não conseguia. Porque tem muita necessidade. Você está tentando alfabetizar e ela tem uma dificuldade e precisa ter uma orientação de um profissional pra detectar o que está acontecendo com a criança que não alfabetiza né. E transtorno às vezes de comportamento. Crianças às vezes com muita agressividade. Criança que é muito calada. Não fala. Não se expressa. A gente vai buscando orientar, né. Vê se as mães trazem, pra fazer um acompanhamento. Para ir ajudando (Coordenadora do Instituto Paulo e Estevão).

Outro ponto comum entre as ONGs é a falta de previsão de recursos financeiros e de pessoal para a efetivação do acompanhamento dos egressos, trazendo uma dificuldade em observar e diagnosticar o grau de contribuição dos projetos educativos e sociais na transformação da realidade dos seus educandos. Os coordenadores entrevistados afirmaram que o acompanhamento é esporádico e que normalmente ocorre através do retorno dos alunos às instituições. Uma saída encontrada para a realização dessa tarefa de modo assistemático foi a utilização de redes sociais virtuais, como o Facebook. O depoimento do coordenador da Obra do Salvador retrata essa situação:

Até quando a gente entra no Facebook, eles chamam a gente pra conversar um pouquinho, porque tem a página da Obra do Salvador e quando a gente vai lá para atualizar alguma notícia alguma coisa, aí eles vê que tá dentro e logo acessa. Ainda mais com essas praças digitais que estão aí (**se referindo a um projeto da Prefeitura de Campos dos Goytacazes-RJ que disponibiliza sinal gratuito de Internet Wi-Fi em algumas praças do município**) eles ficam no celular e viu quando a gente acessou eles entram pra poder comentar... perguntar... cadê fulano?... Quem é que ta falando... Mas assim, oh, o processo de acompanhamento que deveria se ter, nós temos norral (**se referindo a expertise, ao saber como fazer**) para fazer isso, mas não temos ainda financiamento para ter pessoas para fazer isso. Isso só tem que ser uma pessoa específica. Gasta-se muito, muito, muito... (Coordenador da Obra do Salvador).

A utilização das redes sociais virtuais também é uma alternativa interessante para os casos de egressos ou evadidos que residem em locais de difícil acesso ou de entrada proibida, como é o caso de muitas comunidades do Rio de Janeiro dominadas pelo tráfico de drogas e sem assistência do Estado em segurança pública. Pelos meios tradicionais de acompanhamento essas atividades seriam impossíveis, conforme destaca a coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino:

[...] A gente até tenta, tenta acompanhar... Eles têm uma “fichinha”... Têm, Têm... na promoção social, os assistidos eles têm, cada um tem sua ficha... Com endereço... Inclusive são documentos sigilosos... Tem algumas coisas que você até pode ter acesso, mas outras coisas não. São sigilosos, porque ali, eles contam as vidas, dificuldades, problemas, então, a gente nem tem acesso a esse material, porque é a promoção que fica a cargo desse tipo de trabalho, de visitar, de ir a casa...aí a gente pede a promoção para olhar, para ver...mas existem coisas que você não tem como fazer, pessoa desapareceu, como você vai fazer? Né, isso é complicado... As vezes a pessoa está morando lá no morro de não sei aonde, não tem como também entrar (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

As quatro ONGs pesquisadas possuem site institucional. Nenhuma delas o utiliza para atividades de ensino. Em todos os casos esses sites são mantidos como ferramenta de divulgação das informações principais da instituição, tais como objetivos, missão, endereço e telefones de contato, projetos desenvolvidos e vagas ofertadas, oportunidades de emprego e, em alguns casos, programação de eventos e processos seletivos a serem realizados.

No momento de conclusão dessa pesquisa, os sites do Instituto Vida Plena e da Obra do Salvador estavam em perfeito funcionamento e atualizados, enquanto o da Obra Social Antônio de Aquino encontrava-se disponível, mas bem desatualizado. Já o site do Instituto Paulo e Estevão, apesar de atualizado, apresentava poucas informações

sobre a instituição e os projetos desenvolvidos. Constatou-se no processo investigatório certa dificuldade por parte das ONGs na elaboração, manutenção e atualização desses sites institucionais, o que requer mão de obra especializada e certo investimento. Tal dificuldade justifica a adoção de um modelo de página que não tem notícias postadas e atualizadas constantemente, o que garantiria mais dinamicidade e atratividade por essa importante ferramenta de comunicação.

A utilização mais dinâmica das notícias e eventos, com atualização frequente parece ser opção para as redes sociais virtuais dessas ONGs. Todas possuem página no Facebook e promovem atualização mais frequente que no site institucional. O Instituto Paulo e Estevão apresenta na sua página do Facebook postagens de jovens e crianças atendidos pela ONG e também de eventos para arrecadação de donativos. A Obra Social Antônio de Aquino, além de usar a página para a mesma finalidade, disponibiliza fotos da equipe de voluntários distribuindo as respectivas doações. Encontramos na página do Instituto Vida Plena, fotos das datas comemorativas do dia das crianças e de Natal com a respectiva população de crianças e jovens atendidas pela ONG. Um diferencial das suas postagens é a veiculação de mensagens educativas sobre a relação entre pais e filhos e sobre autismo. Já a Obra do Salvador, além de utilizar o Facebook para divulgação de eventos e arrecadação de donativos, faz o acompanhamento assistemático dos seus egressos, divulga as necessidades de voluntários em determinadas áreas de atuação e as oportunidades de emprego na própria instituição e em empresas parceiras.

O depoimento do coordenador da Obra do Salvador menciona essa utilização e a opção institucional de dar preferência à contratação de ex-alunos formados em seus projetos:

Geralmente é feito um recrutamento... As psicólogas desenvolvem... e é feito em toda a mídia: jornal, rádio, televisão, Facebook, a gente chama todo mundo. Mas para participar conosco, como nós recebemos subvenção pública, não podem ser pessoas que já atuam com o público. Então não podem ser pessoas da rede pública. Porque senão geraria como se fosse hora extra. Como é uma subvenção pública, então não pode. Não pode ser servidor público. Todo mundo que vem pra cá, esse é um fator do nosso recrutamento, pra poder trabalhar na Obra do Salvador não pode ser servidor público e aí tem que estar dentro da área, tem que ter ou o, a gente opta pelos universitários, formandos ou já com o técnico. São recrutados primeiros aqueles jovens que já foram nossos e que a partir de nós já desenvolveram uma técnica ou curso técnico ou desenvolveram algum curso superior. Nós temos três hoje, atualmente (Coordenador da Obra do Salvador).

No campo das redes sociais virtuais, todas as instituições pesquisadas possuem página/cadastro apenas no Facebook, com exceção do Instituto Vida Plena que além do cadastro e utilização dessa rede ainda possui espaço no Twitter, Instagram e YouTube. No entanto, apesar de prever a utilização de todas essas redes, não foram identificadas postagens e publicações nelas, sendo disponibilizado apenas um vídeo no YouTube até a data de encerramento desta pesquisa. O Facebook continua sendo então a única rede social virtual utilizada com frequência por todas as instituições pesquisadas.

4. Considerações Finais

A partir do estudo realizado nas quatro ONGs localizadas no estado do Rio de Janeiro, foi identificado o desenvolvimento de ações voltadas para pessoas em situação de vulnerabilidade econômica e social; ações comprometidas com o resgate da autoestima e a inserção social dos seus participantes.

Buscamos contribuir para a identificação de práticas e ações pedagógicas que possuam uma abordagem diferenciada para formação e conscientização dos indivíduos, mediante o reconhecimento do seu direito de apropriação de condições de igualdade, para que tenham uma vida digna e consigam fazer planos e estabelecer metas para alcançar seus sonhos.

Mesmo com as dificuldades encontradas, principalmente no campo de financiamento dos projetos, as atividades educacionais e assistenciais são desenvolvidas com dedicação e empenho. Parte dos subsídios vem de parcerias público-privadas e outra parte com doações e trabalho voluntário. Em bom número, são ofertadas ações preventivas para os jovens, de modo a proporcionar um crescimento de modo mais sereno e equilibrado, conforme sugerido por Caliman (2010).

Constatou-se ainda que as redes sociais virtuais que são geralmente utilizadas para dinamizar as relações de ensino e aprendizado no ensino formal, como ferramentas pedagógicas, nos casos estudados de oferta de educação não escolar não são aplicadas no ensino: são utilizadas para proporcionar um maior engajamento e colaboração por parte dos envolvidos, reforçando e ampliando a rede social existente no entorno das instituições pesquisadas. Também são utilizadas para a realização da difícil tarefa de

acompanhamento de egressos, na tentativa de verificar a efetividade das ações desenvolvidas nas vidas das pessoas atendidas. De uma maneira geral podemos afirmar que as ONGs têm a preocupação de dar visibilidade as suas ações mediante a sua publicização, principalmente através do uso do Facebook. Esta ainda é a rede mais popular entre a população atendida pelas organizações pesquisadas.

Apesar da constatação de falta de recursos e insegurança sobre a continuidade dos projetos sociais, o presente estudo ratificou a importância das instituições do terceiro setor no desenvolvimento de atividades educacionais e de assistência a pessoas em situação de vulnerabilidade social, em complementação à educação formal ou, em alguns casos, como a única opção de milhares de pessoas que são privadas de qualquer ação pública do Estado. A participação nos projetos desenvolvidos nessas instituições muitas vezes não é opção: trata-se da única oportunidade de resgate da cidadania e transformação social por uma parte considerável da sociedade que pede socorro.

Referências

AFONSO, A. M. M., 2013. *Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor*. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Doutorado em Educação - UNESA.

ÁVILLA, E. R., 2014. *Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor*. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Mestrado em Educação - UNESA.

BRASIL, 1995. *Plano diretor da reforma do aparelho do Estado*. Brasília: Presidência da República, Câmara da Reforma do Estado, Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado.

BRASIL, 1996. *Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996*. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm>. Acesso em: 16 jun. 2017.

BRESSER-PEREIRA, L.C., 1999. *Reflexões sobre a reforma gerencial brasileira de 1995*. Revista do Serviço Público, 50 (A).

CHAVES, S. D., 2014. *Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor*. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Doutorado em Educação - UNESA.

CALIMAN, G., 2010. *Pedagogia Social: seu potencial crítico e transformador*. Revista de Ciências da Educação, n. 23.

CERQUEIRA, L. M., 2013. *Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor*. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Mestrado em Educação - UNESA.

GOHN, M. G., 2010. *Educação não formal e o educador social: atuação no desenvolvimento de projetos sociais*. SP: Cortez.

MANICA, L. E. and CALIMAN, G., 2010. *Cursos profissionais na perspectiva da pedagogia social*. Boletim Técnico Senac: a revista da educação profissional, v.36, n.3, set/dez., pp. 43-51.

MONTAÑO, C., 2007. *Terceiro Setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social*. 3ª. ed. São Paulo: Cortez.

SILVA, A. L. F., 2011. *Orientações da UNESCO para a educação não formal: repercussões no contexto brasileiro*. Cadernos de Pesquisa: Pensamento Educacional (Curitiba. Impresso), v.6, pp. 103-124.

SPOSITO, M. P., 2008. *Juventude e educação: interações entre a educação escola e a educação não-formal*. Educação & Realidade, v.33, n.2, jul/dez., pp. 83-97.

FACEBOOK COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: O CASO DO MUSEU DA RURALIDADE (CASTRO VERDE, PORTUGAL)

MARIA ARMANDA SALGADO

CIDEHUS| Cátedra da UNESCO em Património Imaterial e Saber-Fazer Tradicional:
interligar patrimónios (UÉ); Câmara Municipal de Castro Verde
UID/HIS/00057/2013 (POCI-01-0145-FEDER-007702)
salgadoarmanda@gmail.com

MIGUEL REGO

CIDEHUS| Cátedra da UNESCO em Património Imaterial e Saber-Fazer Tradicional:
interligar patrimónios (UÉ); Câmara Municipal de Castro Verde
UID/HIS/00057/2013 (POCI-01-0145-FEDER-007702)
mirego@gmail.com

Resumo

Desde o início do século XXI, os *social media* apresentam-se como novos canais de comunicação não só em contexto empresarial, aplicando-se, gradualmente, o seu uso a organizações sem fins lucrativos, como galerias, bibliotecas, arquivos e museus. Em Portugal, o *facebook* apresenta-se como o *social media* privilegiado em termos de usabilidade, motivo pelo qual se elegeu esta rede social, para dar visibilidade ao trabalho que o Museu da Ruralidade – núcleo da oralidade se encontra a desenvolver, em concreto, num período de seis meses (outubro de 2016 a março de 2017). Esta comunicação tem como objetivo apresentar um estudo em termos de comportamento informacional dos utilizadores da página do *facebook* do Museu da Ruralidade, na estreita relação e “engagement” com o programa museológico proposto pela unidade museológica, enquanto espaço de diálogo entre património material e imaterial. Apresentam-se os resultados da observação efetuada sobre as atualizações do estado da página do *facebook* do museu, quer em termos da própria função museológica (interpretação de exposições e agente educativo), quer em termos do trabalho realizado em função dos diferentes domínios a nível do património imaterial (tradições e expressões orais; expressões artísticas; práticas sociais, rituais e eventos festivos; conhecimento e práticas relacionadas com a natureza e o universo; e competências no âmbito de processos e técnicas tradicionais) e as interações com a comunidade, entre outubro de 2016 a março de 2017. As conclusões apresentam o nível de interatividade do museu a comunidade *online*, sendo dada a conhecer a estratégia em termos comunicação museológica adotada e o valor atribuído, quer ao produto/recurso, quer ao envolvimento e interação do público-alvo.

Palavras-chave: *Facebook*, Museu da Ruralidade, comportamento informacional, património imaterial, Castro Verde (Portugal)

Abstract

Since the beginning of the twenty-first century, social media have become new channels of communication not only in the business context, but also gradually applied to non-profit organizations such as galleries, libraries, archives and museums. In Portugal, facebook presents itself as the social media privileged in terms of usability, which is why this social network was chosen, to give visibility to the work that the Museum of Rurality - core of the oral language - is developing, specifically, in a Period of six months (October 2016 to March 2017). This communication aims to present a study in terms of informational behavior of users of the Facebook page of the Museum of Rurality, in the close relationship and engagement with the museological program proposed by the museum, as a space for dialogue between material and immaterial heritage. The results of the observation about the updates of the state of the museum's facebook page are presented, both in terms of the museum's own function (interpretation of exhibitions and educational agent) and in terms of the work carried out according to the different domains at the museum level. Intellectual practices, rituals and festive events, knowledge and practices related to nature and the universe, and competences in the context of traditional processes and techniques) and the interactions with the community, between October 2016 to March 2017. The conclusions present the level of interactivity of the museum to the online community, being known the strategy in terms of museological communication adopted and the value attributed to both the product / resource and the involvement and interaction of the target audience.

Keywords: Facebook, Museum of Rurality, information behavior, immaterial heritage, Castro Verde (Portugal)

Introdução

Perceber as funções do museu, na atualidade, traduz-se numa tarefa complexa uma vez que o seu significado epistemológico foi conhecendo alterações ao longo da história social e económica da humanidade (Senra, 2013, p. 7). De mero repositório de objetos, o museu passa a assumir um papel de intervenção social na comunidade, sobretudo com o tributo da Nova Museologia. Desde então, o principal motivo de “devoção” por parte do museu deverá passar a ser os públicos (Weil, 1994, p. 89). Por conseguinte, nesta contínua procura de reposicionamento funcional e social, o museu “ can be associated to the construction of new forms of public dialogue and civic participation, requiring not only reciprocity but also continuity and it is at the local level that these partnerships with the community probably better work and become sustainable” (Semedo, 2011, p. 225).

Por esse motivo, dar a conhecer e projetar o programa museológico numa sociedade marcadamente tecnológica e nascida digitalmente parece impor-se, simultaneamente como um desafio e uma necessidade na prossecução da definição de museu. É, pois, em 2007, na 22ª Conferência Geral do ICOM que se ancora a definição para o novo milénio, reconhecendo a relevância da integração do património cultural imaterial no conceito “museu”. Neste documento determina-se, assim, que Museu:

“é uma instituição sem fins lucrativos permanente ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos tangíveis e intangíveis do património da humanidade e do seu meio ambiente, tendo em vista a educação, estudo e fruição” (ICOM, 24 agosto 2007, 3).

Por conseguinte, a forma de conhecer os museus e as respetivas coleções tem vindo a alterar-se progressivamente, num momento em que se assiste à chamada terceira revolução tecnológica, “*network revolution*”, marco subsequente da revolução da internet e da revolução dos telemóveis (Miller et al., 2013, p. 20).

A tecnologia assume, deste modo, um papel diferenciador na promoção de novas formas de socialização, em concreto, através da utilização de plataformas de *social media*, apelando, não só à cocriação de conteúdos, com a consequente partilha dos mesmos em massa, assim como na implementação de ações de *crowdfunding*.

Estudos empíricos demonstram que as dinâmicas de trabalho de proximidade por parte das unidades museológicas, mediado pelos *social media*, à semelhança de dinâmicas participativas presenciais, com as comunidades, são vantajosas, uma vez que permitem uma apropriação do museu pela comunidade: “The power of digital connectivity and the ease of content creation fuels participation. Local and family historians, craftspeople, artists and many more groups are participating in collection building and memory making outside of formal heritage institutions” (Roued-Cunliffe and Copeland, 2017, p. XVI).

Não só o conceito de museu se redefine, como a conceção do termo *social media*, neste caso, em função da especificidade de cada plataforma e dos tipos de canais que disponibiliza, aquando da comunicação. Mais do que uma plataforma que possibilita a interação *online*, passível de monitorização – no caso de perfis institucionais, tal definição é hoje vista como castradora (Haynes, 2016). Para este autor “social media are those forms of communication that provide a middle ground between public broadcasting and private communication”. Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais (jornais, telefone e televisão), em que a comunicação era unidirecional, os *social media* possibilitam seleccionar audiências. Desde o envio de uma mensagem privada, passando pela segmentação de público ou para grandes massas. Esta “escala de socialização” apresenta-se como um indicador diferenciador face ao conceito inicial de *social media* (Haynes, 2016, p. 46 and Miller et al., 2013, p. 9).

Neste sentido, o *facebook* enquanto *social media* preferencial, em termos de usabilidade, a nível internacional, tem aqui uma oportunidade para explorar a divulgação do projeto museológico e do envolvimento com o público. Segundo o portal de estatística *Statista* (2017) o *facebook* lidera o *ranking*, sobretudo devido à capacidade de introdução de mecanismos inovadores em prol da comunicação, com um total de 1,9 biliões de utilizadores com perfis criados, seguido da *WhatsApp* (1,2 biliões), *Youtube* (1 bilião) e *Instangram* (700 milhões).

O grau de sucesso do *facebook* e seu carácter diferenciador face às plataformas concorrentes deve-se, também, pelo facto de possibilitar uma comunicação mista, entendida não só pelo facto de disponibilizar diferentes canais de comunicação (*chat*, vídeo conferência, mensagens e chamadas telefónicas), para comunicar acordo,

desacordo, e para desenvolver ações de comunicação “fática” traduzidas no “gosto”; nos comentários; nos símbolos *emojis*; na identificação de pessoas, como também na definição de escala de público a atingir (Haynes, 2016).

É devido a esta diversidade de canais que se justifica o interesse pelo estudo em termos de comportamento informacional, entendido: “the study of how people need, seek, give and use information in diferente contexts, including the workplace and everyday living” (Pettygrew; Fidel and Bruce, 2001, p. 4). Ao qual se integrou, os conceitos de criação e gestão de informação e uso da comunicação. Para Ford (2015) compreender o conceito de comportamento informacional acrescenta valor para: o desempenho profissional; para a conceção de sistemas de informação que permitam uma efetiva navegação e recuperação de informação; para o ensino e educação, com o intuito de capacitar recursos humanos.

Em contextos rurais, como é o caso de Entradas, localidade onde se situa o Museu da Ruralidade – núcleo da oralidade, a análise de comportamento informacional permitirá compreender, quer a usabilidade do *facebook*, quer o valor que a comunidade atribuí a esta plataforma. Com efeito, estudos demonstram que o sucesso do *facebook* em comunidades rurais reside na perceção real do feedback em termos da usabilidade e alcance da plataforma (Haynes, 2016, p. 59) como no alcance do bem-estar da respetiva comunidade (Miller et al., 2016, p, 17).

Património Imaterial e facebook

Património cultural imaterial (PCI) e tecnologia, conceitos que intrinsecamente parecem estar nos antípodas, são convidados a encontrar pontos de encontro no contexto tecnológico atual.

Embora sejam conhecidos estudos no âmbito do trabalho desenvolvido pelos museus com as comunidades locais (Swan; Jordan, 2015; Roued-Cunliffe and Copeland, 2017), esta colaboração, desde sempre problematizada na agenda do ICOM (Carta de Shanghai, 2002), é transferida para o contexto tecnológico, assumindo um papel importante ao nível da cocriação de conteúdos e promoção dos mesmos a grandes massas. Assim o escopo social transfere-se para as plataformas sociais, entendidas aqui como potenciadoras na construção de comunidades (Richardson, 2011).

As tecnologias da informação apresentam-se, desta forma, como uma ferramenta catalisadora para assegurar a visibilidade do património cultural, em particular o PCI, contribuindo, pois, para renovar a relação que as comunidades têm com as coleções. Tal significa, que os museus têm ao seu dispor um conjunto de possibilidades muito alargado para promover e divulgar este património. Com efeito, segundo Desvallées (2003), são inúmeras as aplicações das tecnologias aos museus: a) complemento à gestão das coleções (informatização, digitalização, disseminação da informação da rede); b) complemento à pesquisa (ilustração dos materiais e técnicas, contextualização, etc); c) apoio à exposição (visando a atividade e objetivos educativos); contextualização (reconstituição e simulação); d) na forma de produtos comercializáveis (CD's e DVD's); e) utilização da internet para disponibilizar conteúdos.

A verdade é que as novas tecnologias, nomeadamente na área das humanidades digitais, aplicadas à gestão das coleções relacionadas com o PCI e respetiva promoção, apresentam-se como uma vantagem acrescida no contexto atual. Com efeito, não só as coleções serão salvaguardadas (registos áudio, vídeo, fotografia, textos), revalorizadas, representando recursos fundamentais para a revitalização de tradições pelas comunidades, como também permitirão que os visitantes usufruam de experiências mais intuitivas e acessíveis (Roque, 2015).

Neste sentido, e em termos internacionais, refira-se o projeto húngaro “Open Musical archives on the internet”, cujo objetivo consistiu na disponibilização em acesso livre de bases de dados sobre música e danças tradicionais. Já em Portugal, embora existam projetos referentes à música tradicional (trabalho desenvolvido pelo Museu Nacional de Etnologia; Museu da Música Portuguesa e Museu do Fado) ainda há trabalho a ser realizado neste âmbito. No que diz respeito à aproximação positiva do trabalho, com as coleções com a colaboração das comunidades, através da internet destaca-se o trabalho “Steve Projet (The Museum Social Tagging Projet)”; o projeto MEDINS, que teve como objetivo a criação de uma base de dados dedicada ao PCI, que fosse comum a todos os parceiros envolvidos. Ainda neste âmbito, destaca-se o Projeto CHES (Cultural Heritage Experiences Through Socio-Personal Interaction and Storytelling), cujo objetivo consistiu em criar uma aplicação potencializadora da experiência do Museu, através da realização de *storytellings* interativas e personalizadas.

De acordo com a plataforma “Museum Analytics”, que se dedica à discussão de temas em torno dos museus e à partilha de questões relacionadas com instituições culturais e respetivos públicos, com prémio atribuído na categoria “People’s Choice e Museum Professional” foram destacados três museus, em 2012, no *ranking* ao nível da inovação em projeto para a *web* social: *The Metropolitan Museum of Art* (MET); *Guggenheim Museum* (GM) e *Brooklyn Museum* (BM). Atualmente lidera o *ranking* o *Van Gogh Museum, Anne Frank House e Rijksmuseum*.

Já em termos nacionais, destaque-se o projeto *Memoriamedia*, no que se refere à projeção do PCI para o contexto digital.

Na realidade, tomando em consideração o alargamento de competências dos museus face aos desafios atuais, nos quais se incluem maiores responsabilidades face ao PCI, este parece ser um sinal de que os museus poderão ter que se redefinir (Carvalho, 2011). Para esta autora, poder-se-á estar a assistir a uma mudança de paradigma que atribui maior atenção às relações que se estabelecem entre os objetos e as pessoas, em detrimento de uma abordagem centrada em demasia na cultura material.

Com efeito, a análise do panorama museológico português, em termos de PCI, aponta para várias questões, sujeita à reflexão (Neves; Santos; Lima, 2013, Carvalho, 2011): a) apela não só para a necessidade de se privilegiar uma visão integrada do PCI, sob pena de se perder o todo; b) reitera a complexidade do conceito, que exige, por sua vez, abordagens mais inovadoras; e, c) antevê a necessidade de estudos mais sistemáticos sobre as experiências e resultados que alguns museus têm desenvolvido no campo do PCI.

Contudo, no caso do património cultural imaterial, foi a Convenção da UNESCO em 2003 que avançou com a definição relativa ao PCI, entendendo-a como:

“as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objectos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural. Este património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, e confere-lhes um sentido de identidade e de continuidade, contribuindo assim para promover o respeito da diversidade cultural e a

criatividade humana. Para efeitos da presente Convenção, só será tomado em consideração o património cultural imaterial que seja compatível com os instrumentos internacionais relativos aos direitos humanos existentes, bem como com a exigência do respeito mútuo entre comunidades, grupos e indivíduos, e de um desenvolvimento sustentável.”

Este documento acabou por despoletar a reflexão sobre a necessidade de legislar esta matéria, culminando com a publicação, em Portugal, do Decreto-Lei n.º 139/2009, tendo-se desde então assistido a uma revalorização do PCI. Com o reconhecimento internacional a Património Cultural Imaterial da Humanidade do Fado (2011), da dieta mediterrânica (2013), do cante alentejano (2014), dos chocalhos (2015) e da Falcoaria (2016), há um olhar igualmente renovado sobre as questões identitárias.

É neste âmbito que a crescente usabilidade dos *social media* por parte dos museus tem vindo a ganhar interesse e abordagens participativas ao nível da integração do PCI nos programas museológicos, muito devido aos contributos das áreas das ciências humanas, desde a antropologia, sociologia e até mesmo as ciências da educação (Miller et al., 2013).

Apresentação do projeto de web social no museu da ruralidade

O núcleo da Oralidade do Museu da Ruralidade está localizado em Entradas (localidade a 10 km da sede de concelho, Castro Verde) cuja filosofia funciona em torno de duas referências estruturais: identidade e território. Pois, por um lado, pretende não só valorizar e dignificar a memória, sem qualquer tipo de preconceito na abordagem metodológica adotada, como procura, igualmente, alargar o seu funcionamento ao espaço geográfico de Castro Verde, sem deixar de contextualizar essa localização na região do Campo Branco. A abertura deste núcleo, em 2011, foi um passo determinante num processo de valorização deste território de ruralidade, projeto que tem vindo a ser desenvolvido continuamente, por este município, no apoio a grupos corais, no esforço de recuperação do fenómeno da extinção da viola campaniça, no apoio à divulgação de formas de expressão musicais pouco conhecidas como o despique e o baldão ou os bailes de harmónica.

Embora com um *blog*, como canal privilegiado para comunicar e referenciado na página da autarquia, concebeu-se um projeto experimental em termos de *social media* e que servisse de reflexão, passível de aplicação noutros museus do Baixo Alentejo.

A conceção de um projeto para a *web social*, partiu dos seguintes pressupostos:

- 1- Definição de um objetivo, neste caso dar visibilidade ao trabalho realizado ao nível da integração do PCI no programa museológico do museu;
- 2- Criação de contas em diferentes perfis nas redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Pinterest* e *Youtube*;
- 3- Implementação do projeto comunicacional do Museu da Ruralidade, tendo-se procedido à divulgação das coleções das redes, tirando partido das potencialidades de cada uma delas, mas sobretudo: *Facebook* (catálogo fotográfico das coleções e registos textuais, divulgação de eventos no museu ou promovidos pelo museu), *Pinterest* (albúns de fotografia); *Youtube* (Vídeos e música e realização de *storytelling*);
- 4- Definição de plano de *marketing* para atuação nos *social media*;
- 5- Monitorização e avaliação e avaliação do projeto de comunicação;
- 6- Conceção de um manual de regras de utilização das redes sociais.

Desde 2016 que o Museu da Ruralidade já tem em curso um projeto para a *web social*, na medida em que apresenta contas em diferentes *social media* e cumpre os objetivos a que se propôs. A página do *facebook* constitui-se como o *social media* eleito, para comunicar com o público, na medida em que é a rede social com mais utilizadores em Portugal. Apesar do projeto da *web social* estar em curso e consolidado e a comunidade local o conheça e se reveja, a verdade é que se trata de um público envelhecido e com poucos conhecimentos em termos de usabilidade de dispositivos móveis e até das próprias plataformas. Apesar de se reconhecer a importância do projeto, outros fatores contribuem, para a fraca usabilidade: iliteracia tecnológica, desconhecimento de língua inglesa, e pouco interesse em adquirir outras competências no geral (Venkatraman, 2017, p. 33).

Objetivos e método

É objetivo geral deste estudo verificar se o *facebook* é utilizado como ferramenta de comunicação museológica.

A partir do objetivo geral colocaram-se as seguintes questões:

- Qual a tipologia das publicações?;
- Que conteúdos são publicados?;
- As publicações estão em consonância com as funções museológicas do museu?
- As publicações refletem o trabalho em torno do PCI, em função dos cinco domínios: tradições e expressões orais; expressões artísticas; práticas sociais, conhecimentos e técnicas relacionados com a natureza e o universo e competências no âmbito de processos e técnicas tradicionais?
- Qual o nível de *engagement*/interação com a comunidade *online*?

Utilizou-se neste estudo a metodologia qualitativa, tendo incidido na observação direta da página do *facebook* do Museu da Ruralidade, núcleo da oralidade em Entradas, durante um período de seis meses, entre outubro de 2016 a março de 2017. Os dados observados foram registados numa folha de recolha de informação, concebida para o efeito.

Este museu integra a Rede de Museus do Baixo Alentejo, tendo sido selecionado sobretudo não só pelo facto de ser um dos poucos que apresentam perfil no *facebook* (dos treze museus que integram a referida rede, apenas dois apresentam um perfil no *facebook*), mas essencialmente por se apresentar como uma das unidades museológicas que trabalha as questões relacionadas com o património imaterial.

No que diz respeito à análise em termos de comportamento informacional, a informação obtida decorreu a partir da consulta do painel de administração do *facebook* (estatísticas) e de ferramentas *online*, para o efeito, em concreto *Hootsuite* e ferramentas de monitorização disponíveis *online*.

Discussão dos resultados

Com um total de 1152 gostos, e com recurso à estatística facultadas pelo painel de administração *facebook*, constata-se que 60 % dos utilizadores são mulheres e 39% homens. Os utilizadores da página do Museu da Ruralidade têm entre 35-44 anos (26%) e entre 45- 54 anos (17%). São maioritariamente portugueses (de Castro Verde – 201 fãs, Lisboa – 147 fãs, seguidos de Beja – 77 fãs.). A seguir a Portugal as três nacionalidades com maior expressão a nível de fãs, são: Brasil (30), Suíça (13) e

Espanha (13). Ainda que manifeste uma média de gostos de 92%, e com um número de partilhas também considerável (62%), o mesmo não acontece relativamente à capacidade de promover a interação com o público, o que se traduz no quase nulo significado em termos percentuais no que se refere aos comentários (**gráfico 1**):

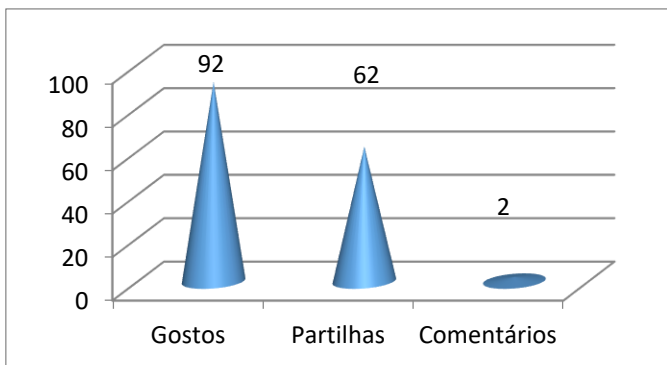


Gráfico 1: Média de gostos, partilhas e comentários

Seguindo a tendência de estudos internacionais (Wang, 2016; Roued-Cunliffe and Copeland, 2017), as fotografias correspondem à maior taxa de percentagem (43%), face a imagens (24%) e vídeos (23%), conforme gráfico 2:

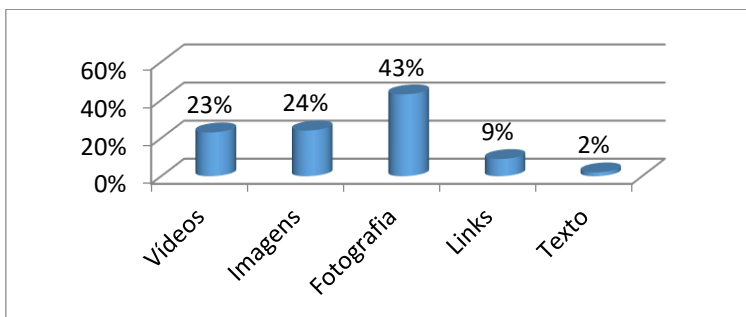


Gráfico 2: Tipologia de publicações

No que se refere aos conteúdos publicados e sua relação direta com as funções museológicas do museu, observa-se que as publicações com maior percentagem dão resposta às funções educacional (32%), seguida de interpretação/exposição e estudo e investigação, ambas com igual percentagem (16%). No período em análise, não foram divulgadas publicações que dessem conta do trabalho ao nível da inventariação, documentação, conservação e segurança, o que conduz à especulação relativamente ao motivos da estratégia adotada para o período em causa (**gráfico 3**).

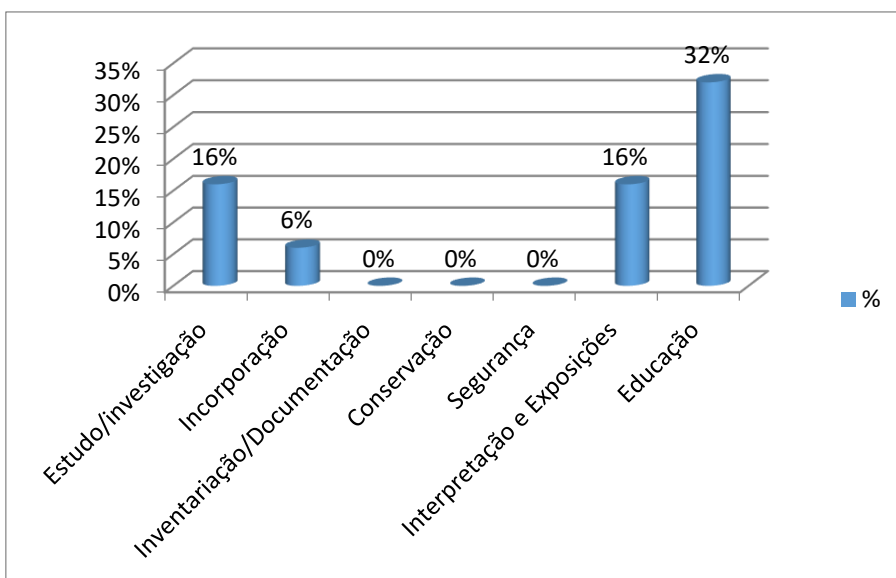


Gráfico 3: Publicações e função museológica

Dada a natureza orgânica deste museu, na qualidade de núcleo da oralidade, cujo trabalho tem sido revelador da necessidade de organizar, trabalhar e salvaguardar o PCI, analisaram-se os comentários, em termos de conteúdos que traduzissem os cinco domínios do PCI. O gráfico 4 demonstra que as divulgações com maior expressão percentual dizem respeito a expressões artística (16%), seguida de expressões orais (10%) e processos e técnicas tradicionais (9%).

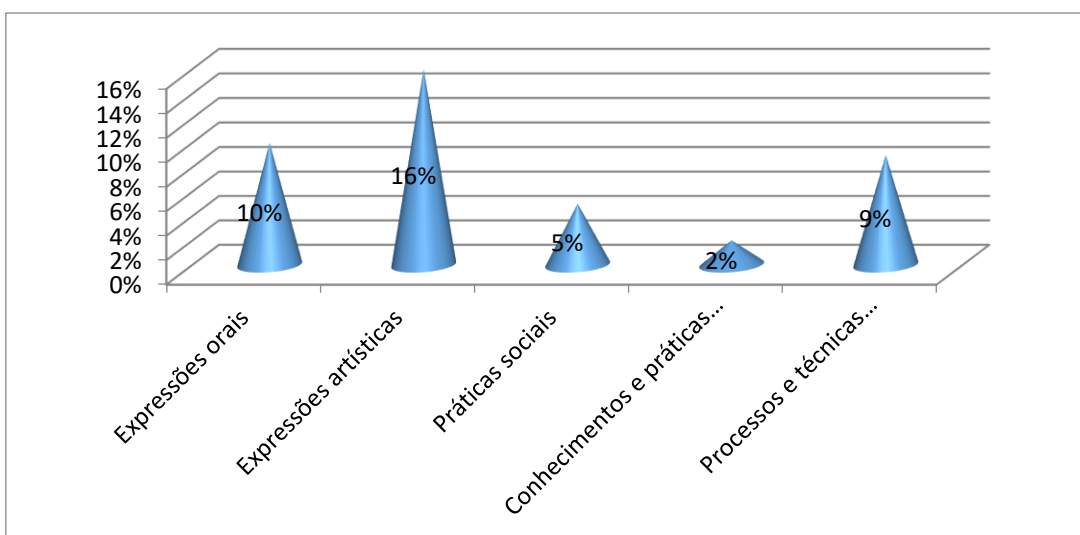


Gráfico 4: Análise de conteúdo de comentários relacionados com domínios de PCI

Destaque-se o posicionamento em termos de *ranking* nacional no que diz respeito ao nº de gostos, no qual o Museu da Ruralidade surge na terceira posição (**gráfico 5**):

Pages with highest LikeRank

Watch and monitor Pages of interest. Track LikeRank, likes, PTAT, checkins and a lot more!
Click on Country or Category to sort by the chosen criteria.

Museum Portugal

You are watching the pages in the category Museum which are located in Portugal.





#	Page	Likes	PTAT	ER	LikeRank
1	 MAAT - Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia Museum	90,408	661	0.73%	62
2	 Museu da Presidência da República Museum	24,794	342	1.38%	61
3	 Museu da Ruralidade Museum	1,152	14	1.22%	58
4	 Grupo Folclórico Cultural Recreativo Albergaria Museum	2,934	70	2.39%	54

Gráfico 5: Ranking nacional em função do n.º de gostos

Conclusões

Este estudo demonstrou que aparentemente nos antípodas, os conceitos tradição e contemporaneidade dialogam através do *facebook*, esperando ser um contributo para uma reflexão de recursos de técnicas participativas potenciadas pelo *facebook*, em prol do estudo e abordagem do PCI pelos museus do Baixo Alentejo.

A nível de comportamento informacional, e apesar da monitorização efetuada a questão que se coloca é se os *social media* são, de facto, importantes para a comunicação museológica.

Tratando-se de um estudo exploratório, esta análise necessita de ser complementada por outros trabalhos empíricos, mas também por um conhecimento mais aprofundado do real interesse e valorização da comunicação realizada em ambiente digital. Tal, só é passível de análise através da adoção de métodos de análise qualitativa adequadas a esta realidade, por um lado pelos visitantes do museu e, por outro lado, pelo gestor da comunidade *online*.

Ainda que este museu se posicione, a nível nacional, num lugar de destaque em termos de presença na *web social*, no que se refere à estratégia comunicacional persiste, no entanto, trabalho a ser realizado, nomeadamente no que diz respeito à planificação, regularidade de publicações, conceção de um guia de uso dos *social media* e até mesmo a nível da monitorização do projeto. Assim, urge, numa fase seguinte, redefinir indicadores chave de rendimento (Key Performance Indicators- KPIs) no sentido de proceder a uma avaliação do projeto, com o intuito de aferir a visibilidade e o retorno do investimento no âmbito do projeto da *web social*. Inclusivamente, saber se a consulta da página do museu conduziu à visita presencial do mesmo e se correspondeu às expectativas do visitante. Só deste modo, o museu poderá melhorar a sua atuação no âmbito da estratégia de marketing até à data utilizada.

No desafio atual de reinvenção da comunicação por parte do museu com o público, o *facebook* possibilitou estabelecer uma relação de proximidade junto dos utilizadores *online*. Entre as diferentes possibilidades de abordar o PCI, o *facebook* apresenta-se, neste caso, como uma ferramenta mediadora, em termos comunicacionais “para poder desempenhar um importante papel [...] na compreensão da identidade e na promoção de um sentimento de pertença num lugar ou numa comunidade”, desse modo, qualquer museu pode ser um “valioso elo de ligação entre o passado e o presente” e um “trampolim para o futuro” (Ambrose; Paine, 2016, 5).

Esta análise permitiu compreender que as dinâmicas participativas das unidades museológicas com as comunidades, numa lógica de adoção de estratégia *bottom-up* em vez de *top-down*, no âmbito de trabalhos de índole patrimonial, nas quais se inserem, assumem-se simultaneamente como uma tendência e necessidade organizacional, em prol da apropriação social, cívica e educacional do museu pela respetiva comunidade.

Referências bibliográficas

Ambrose, T.; Paine, C., 2006. *Museum basics*. London; New York: Routledge.

Carvalho, A., 2011. *Os museus e o património cultural imaterial: estratégias para o desenvolvimento de boas práticas*. Lisboa: Colibri; Évora: Cidehus.

Desvallées, A., 2003. Que futuro para os museus e para o património cultural na aurora do terceiro milénio. *Revista da APOM* (1), pp. 46-75.

Ford, N., 2015. *Introduction to information behaviour*. London: Facet Publishing.

ICOM, 2002. *Carta de Shangái* (ICOM), 7a Asamblea regional de la Alianza regional del ICOM Asia-Pacífico. Shangái (China): ICOM. Available through: <http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statements/SPA/shanghai2002_spa.pdf> [Accessed 3 July 2017].

ICOM, 2007. *Statuts du Conseil International des Musées* (ICOM) Adoptés par la 22.e Assemblée Générale Tenue à Vienne (Autriche). Vienne: Conseil International des Musées. Available through: <<http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statuts/statuts_fr.pdf>> [Accessed 3 July 2017].

Haynes, N., 2016. The social media landscape: performing citizenship online. In *Social Media in Northern Chile Book*. Database of Jstor,[online] Available at <<http://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69xv2.6>> [Accessed 1 July 2017].

Manovich, L., 2009. The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? *Critical Inquiry*, 35, (2). Available through: The University of Chicago Press <<http://www.jstor.org/stable/10.1086/596645>> [Accessed 3 July 2017].

Miller, D., Costa. E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu. R., Sinanan, J., Spyer, J, Venkatraman, S. and Wang, X, 2016. Academic studies of social media. In: *How the world changed social media*. Database of Jstor,[online] Available at <<http://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69z35.9>> [Accessed 1 July 2017].

Museum analytics: information about museums and their audiences. Available at: <<http://www.intk.com/en/ideas/museum-analytics>> [Accessed 4 July

]. Neves, J. S.; Santos, J.A; Lima, M. J. 2013. *O panorama museológico em Portugal: os museus e a rede portuguesa de museus na primeira década do século XXI*. Lisboa: Direcção-Geral do Património Cultural

Pettigrew, K. E.; Fidel, R. and Bruce, H., 2001. Conceptual frameworks. *Information Behaviour, Annual Review of Information Science and Technology*, 35(1), pp 43-78.

Statista: the statistic portal [online] Available at: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>> [Accessed 4 July 2017].

Richardson, J., 2011. The Audience is Dead: Let's Talk Participants Instead. *MuseumNext Blog* [blog]. Available at: <<http://www.museumnext.org/2010/>> [Accessed 3 July 2017].

Roque, M. I., 2015. As humanidades digitais no cruzamento entre museus e turismo. *Revista Internacional de Humanidades* [online]. Available at: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/UTILIZADOR/Ambiente%20de%20trabalho/(pp.%20179-194)%20Hes14_48750_Humanidades%20digitais%20museus%20e%20turismo.pdf> [Accessed 23 June 2017].

Roued-Cunliffe, H.; Copeland, A., 2017. *Participatory heritage*. London: Facet Published.
Semedo, A.; Ferreira, I., 2011. *Challenges for the construction of museum territories*. Available at <https://www.academia.edu/1370142/_2011_Challenges_for_the_Construction_of_Museum_Territories_ACSIS_?auto=download> [Accessed 5 July 2017].

Senra, S., 2013. We Like MACBA: o Museu D'Art Contemporani de Barcelona. *Master*. Porto: Faculdade de Letras. Available at: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/66350/2/28288.pdf>> [Accessed 15 July 2017].

Swan, D.; Jordan, M., 2015. Contingent collaborations: patterns of reciprocity in museum-community partnerships. *Journal of Folklore Research*, 52(1). Available through: Indiana University Press: <<http://www.jstor.org/stable/10.2979/jfolkrese.52.1.39>> [Accessed 5 July 2017].

UNESCO, 2003. *Convenção para a salvaguarda do património cultural imaterial*. Available through: <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-PTPortugal-PDF.pdf>> [Accessed] June 2017].

Venkatraman, S., 2017. The social media landscape: people, their perception and presence on social media. In *Social Media en South Africa*. Database of Jstor, [online] Available at <<http://www.jstor.org/stable/j.ctt1qnw88r.8>> [Accessed 18 July 2017].

Wang, X., 2016. Visual material on social media. In *Social Media in Industrial China*. Database of Jstor, [online] Available at <<http://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69xtj.8>> [Accessed 15 July 2017].

Weil, S. E., 1994. The proper business of museums: ideas or things. In kavanagh, G., *Museum Provision and Professionalism*. London: Routledge.

GRUPOS ETWINNING – A APRENDIZAGEM ENTRE PARES NA COMUNIDADE DE ESCOLAS DA EUROPA

JOÃO JOSÉ PEREIRA MARQUES
Agrupamento de Escolas de Figueiró dos Vinhos
joaojosemarques@gmail.com

RITA GRAÇA ZURRAPA
Agrupamento de Escolas Aqualva Mira Sintra – Escola Secundária Matias de Aires
zurrapinha@yahoo.com

Resumo

O projecto *eTwinning* apresenta-se como a comunidade de escolas da Europa. É uma plataforma online segura que promove a realização de projectos entre os professores envolvendo alunos do pré escolar ao ensino secundário, a dinamização de espaços colaborativos e oferece oportunidades de desenvolvimento profissional dos professores. Em fevereiro de 2017 congrega quase meio milhão de professores registados provenientes de 42 países diferentes. A plataforma *eTwinning* tem sofrido várias alterações ao longo da sua existência e apresenta-se hoje como um espaço vivo onde os professores aprendem uns com os outros, interagem, concebem e implementam projectos colaborativamente.

A plataforma oferece vários espaços de aprendizagem colaborativa, entre os quais, os grupos *eTwinning* que funcionam como espaços de interacção, de partilha, colaboração e aprendizagem.

Pretendemos dar a conhecer a percepção dos professores sobre a forma como os grupos *eTwinning* têm contribuído para alterações nas metodologias e práticas dos professores.

Palavras-Chave: redes sociais; grupos; aprendizagem colaborativa; aprendizagem em rede

Abstract

The eTwinning project is the Community for Schools in Europe. It's a safe platform that promotes projects between teachers involving students from preSchool to Secondary, collaborative spaces and offers opportunities for Professional Development for teachers. In February 2017 it gathers almost half a million registered teachers from 42 countries. The eTwinning platform has suffered some changes throughout its existence and today is a living space where teachers learn with and from each other, interact, conceive and implement collaborative projects.

The platform offers several space of interaction, sharing, collaboration and learning. It is pretended with this communication to show what are the teachers' insight about the way Groups eTwinning influence their practices and methodologies.

Keywords: social network; groups; collaborative learning; network learning

Introdução

With Web 2.0 social networking facilities firmly in place and an increasing number of activities on offer to stimulate ideas and collaboration, the action is set to continue on its path of growth as the true *community for teachers in Europe*. (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau. 2009, p.56)

O *eTwinning* é a maior comunidade de escolas da Europa. É um projecto da Comissão Europeia que promove a colaboração dos professores e alunos através do uso das tecnologias.

O projecto *eTwinning* foi lançado em Janeiro de 2005 pelo Comissário Europeu Jan Figel numa Conferência em Bruxelas que reuniu 300 professores. Na altura tinha como objectivo identificar escolas que desejassem trabalhar em conjunto para dar oportunidade aos alunos de aprenderem e usarem as competências digitais, assim como, promover a consciência da multiculturalidade da Europa. A Comissão Europeia propôs que o *eTwinning* fosse o catalisador para intensificar a cooperação já existente nas escolas. (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau. 2009)

No primeiro ano o *eTwinning* reuniu 12 000 escolas e 12 200 professores dos 28 países que pertenciam na altura ao projecto. No primeiro ano surgiram 1 000 parcerias. À data deste artigo o projecto tem 468 265 professores envolvidos oriundos de 179 005 escolas de 42³ países parceiros.

O projecto *eTwinning* foi lançado como a primeira acção do Programa *eLearning* da Comissão Europeia. Em 2008, inicia-se a segunda fase da sua existência integrado no Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida (*Lifelong Learning Programme* (LLP), “*eTwinning* (as part of the Comenius action) started playing an essential role in education, far beyond what was initially foreseen” (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau. 2009. p.3). Em 2014, entra na terceira fase passando a integrar o Programa *Erasmus+*.

Desde 2005 e com o passar dos anos a plataforma sofreu várias alterações tornando-se um espaço promotor de colaboração e de constante aprendizagem entre pares.

³ 28 países da União Europeia, Albânia, Antiga República Jugoslava da Macedónia, Bósnia-Herzegovina, Islândia, Liechtenstein, Noruega, Sérvia, Turquia, Arménia, Azerbaijão, Geórgia, Moldávia, Tunísia, Ucrânia.

O Portal *eTwinning* - espaço de colaboração

Social computing tools can contribute to increasing the individual's performance and academic achievement. On the one hand, they are suited to support basic skills and competences, like digital skills, writing skills and foreign language skills; on the other hand their potential to increase collaboration and personalisation can open up new learning opportunities in any subject, which are better suited to the individuals' needs and therefore improve their performance and achievement. (Redecker, 2009, p. 60)

O Portal do *eTwinning* é composto por diferentes áreas que podem ser acedidas a partir da página www.etwinning.net. O usuário que não estiver registado tem apenas acesso à primeira área onde pode encontrar toda a informação sobre as potencialidades de pertencer a esta comunidade, visitar uma galeria com alguns projectos destacados e aceder às publicações da responsabilidade do Serviço Central de Apoio (*Central Support Service* – CSS). Apenas os professores podem registar-se para entrar no espaço restrito⁴ que dá acesso a outras duas áreas do *eTwinning*. É nestas áreas que os professores interagem e aprendem uns com os outros.

O projecto *eTwinning* começou por ser um espaço que promovia a partilha entre os professores mas depressa houve necessidade de crescer e acompanhar os desejos dos seus usuários de fomentar a aprendizagem tornando-se uma comunidade onde a interacção e a colaboração entre os seus membros se tornou constante.

O projecto *eTwinning* surge numa altura em que a Internet era acessível a muitos professores que já utilizavam com fins educativos. O *eTwinning* traz-lhes a oportunidade de encontrar parceiros com os mesmos interesses para realizarem trabalho colaborativo, ter apoio, ter oportunidades de formação e reconhecimento do trabalho realizado por eles e pelos seus alunos.

Quando foi lançada a plataforma teve como objectivo principal oferecer um espaço onde os professores pudessem encontrar parceiros e formar parcerias. Nos primeiros 3 anos de existência percebeu-se que os professores começaram a usar a plataforma para comunicar e aprender uns com os outros fora ou em paralelo com os projectos que realizavam. “In a way, *eTwinning* filled the need of a place, at international level, where

⁴ Todos os registos são confirmados pelos Serviços Nacionais de Apoio de cada país.

teachers could find each other for a project involving their classes, but also a safe environment to grow together as professionals” (Crawley, Gerhard, Gilleran, Joyce, 2010, p.12)

Em 2007, a plataforma tinha cerca de 38 000 professores registados e era um espaço que continuava a crescer, “*eTwinning* has slowly, but firmly, become ‘the place to join’ for all teachers interested in going beyond their school’s horizon, meeting colleagues in Europe, and helping their pupils work together with foreign peers. “ (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau, 2009, p4)

Em 2008, é lançada a nova plataforma que procura aproximar a realidade do projecto à tendência da Web 2.0 incentivando mais a colaboração entre os professores.

It was realised that eTwinners used the platform to do much more than beginning projects and then working in pairs (or in Twins). It was found that teachers logged into the platform to exploit the potential of a community of thousands of colleagues. The level of interaction among eTwinners had turned multidimensional. School projects had become only one of the many activities that eTwinners expected to do once on the platform. For instance, the dimension of peer and rapid learning was quickly growing in importance. The role of *eTwinning* was simply to provide the tools and the environment to facilitate – and stimulate – this process (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau, 2009, p.5).

A plataforma passou a ter mais ferramentas que incentivavam a comunicação e a colaboração entre os professores. “Significantly, the *eTwinning* motto has changed from *School partnerships in Europe* to *The community for schools in Europe*.” (Crawley, Gilleran, Scimeca, Vuorikari, Wastiau, 2009, p.6).

Grupos *eTwinning* – Espaço de desenvolvimento pessoal e profissional

“...a community makes use of many activities to facilitate the development and exchange of ideas; and this is, in fact, how *eTwinning* Groups were born.” (Crawley, Gerhard, Gilleran, Joyce, 2010, p.36)

O espaço designado por *eTwinning Live* surge em 2015 transformando a forma dos professores interagirem entre si na plataforma. O *eTwinning Live* manteve algumas das ferramentas da plataforma anterior, contudo introduz outras novas que criam uma dinâmica semelhante às ferramentas de redes sociais mais populares promovendo a interacção e a aprendizagem entre pares.

Figura 1 - Espaços disponíveis no *eTwinning Live* (Abril 2017)

A ferramenta do *eTwinning Live* que focamos neste artigo é “Grupos”. Os projectos continuam a ser o que atrai muitos professores à comunidade mas a necessidade premente dos professores de aprender mais, tornou o *eTwinning* num espaço de formação tendo a ferramenta dos Grupos contribuído para isso. Os professores *eTwinners*⁵ perceberam que a colaboração e aprendizagem entre pares promove a mudança. Os professores aderiram de imediato à ferramenta, participando activamente logo após o seu lançamento.

A ferramenta Grupos promove dois géneros de espaços onde os professores podem aprender e partilhar conhecimentos, a saber Grupos de Destaque e Grupos criados pelos professores para professores.

Os Grupos *eTwinning* nascem no final de 2008 com o lançamento de um projecto piloto com três grupos temáticos, um para professores de matemática, ciência e tecnologia (MST), um para professores directores de escola e outro para professores interessados no tema da criatividade na educação. Este último grupo mantém-se activo, tendo por designação *Creative Classroom* e é o Grupo *eTwinning* com mais membros registados. Os restantes acabaram por renascer com novo formato e novos moderadores passado algum tempo. Nos anos seguintes surgiram outros Grupos, sendo que os que tiveram mais destaque foram o que reunia os Embaixadores⁶ *eTwinning* e professores que partilhavam experiências dentro da temática “Using Media”. (Crawley, Gerhard, Gilleran, Joyce, 2010)

⁵ Designação que é dada aos professores que pertencem à comunidade eTwinning.

⁶ Professores eTwinners convidados pelos Serviços Nacionais de Apoio para prestarem apoio a nível do eTwinning a nível regional e nacional a outros professores.

They provide a means of engagement for all teachers: those who wish to establish relationships with colleagues from other countries but who are not necessarily ready to start a project, those who are ‘resting’ between projects, and those who want to share their knowledge about collaborative work. All groups share a common desire: for participants to enhance their skills and expertise, access resources and seek information and assistance – not only on technical matters but also on more pedagogical issues such as pupil motivation and how to integrate *eTwinning* into their everyday class practice. (Crawley, Gerhard, Gilleran, Joyce, 2010, p.38)

Tal como em 2010, actualmente os membros dos Grupos *eTwinning* participam nestes para aprender e partilhar.

Os Grupos surgem na altura em que a plataforma evoluiu para se tornar mais colaborativa. Contudo o seu grande desenvolvimento só se dá com a última actualização da plataforma em 2015. Os Grupos *eTwinning* passam a ter características mais interactivas e dão a oportunidade a qualquer *eTwinner* ser um perito.

À data deste artigo existem dois formatos de Grupos *eTwinning*: Grupos de Destaque (*Featured Groups*) (grupos da responsabilidade do Serviço Central de Apoio (CSS)) e grupos da responsabilidade do professor que os cria.

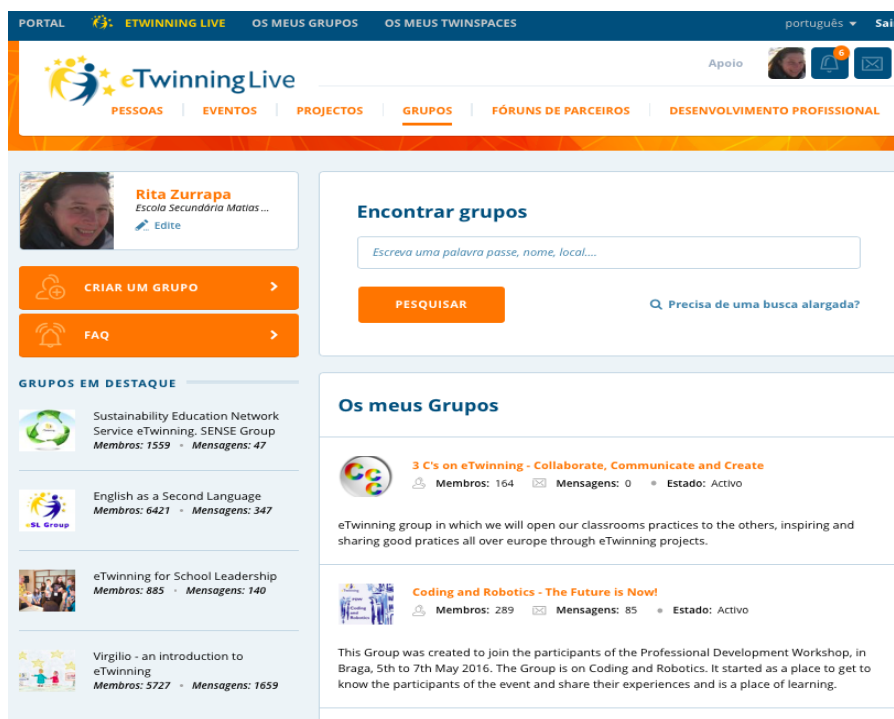


Figura 2: Imagem do *eTwinning Live*. Separador dos Grupos *eTwinning*. (Abril 2017)

Entre as várias ferramentas que compõem a plataforma *eTwinning* encontramos no espaço privado, *eTwinning Live*, no quarto separador, a ferramenta Grupos.

A figura 2 mostra o espaço de trabalho sobre o qual dedicamos este artigo. Aqui os professores podem criar novos grupos, entrar nos seus próprios grupos, nos grupos dos quais se tornaram membros, sejam estes de destaque ou de outros professores e podem pesquisar outros grupos através do motor de busca da plataforma.

Qualquer *eTwinning* pode criar um Grupo *eTwinning*. Para tal basta seleccionar “Criar um grupo” e preencher o questionário. Para evitar a repetição de grupos temáticos semelhantes os *eTwinners* são aconselhados a fazer uma pesquisa antes de registarem um novo grupo. O grupo é aprovado pelo Serviço Central de Apoio. Para tal é necessário que o professor que pretende criar o grupo que escreva as metas e objectivos do grupo em Inglês, não obstante o grupo pode ser criado, organizado e desenvolvido em qualquer língua.

Os criadores dos grupos decidem se o grupo fica aberto a todos ou se é privado. Depois de aprovado o professor responsável pode convidar *eTwinners* através do *eTwinning Live* e pessoas que não sejam *eTwinners*, desta feita criando uma conta de visitante (estes últimos apenas terão acesso a este espaço e terão menos permissões que os *eTwinners*, permitindo, assim, manter a segurança e a privacidade dos professores e alunos registados no *eTwinning*). Os Grupos são encerrados pelo Serviço Central de Apoio após três meses de inactividade.

Os *eTwinners* para aderirem a um grupo pelo qual tenham interesse basta clicar no nome do grupo, seleccionar “Ir para o grupo” e seguidamente “Aderir ao grupo” no espaço dedicado ao mesmo.



Figura 3: Passos a seguir para os professores se juntarem a um grupo *eTwinning*.

Após a aprovação do Grupo é aconselhável que o moderador coloque alguma informação antes de o abrir a todos. Caso contrário arrisca-se que os professores o visitem e não voltem mais por não encontrarem informação relevante.

Dentro destes Grupos existem alguns que são fechados, tendo sido criados pelo Serviço Central de Apoio para reunirem grupos de pessoas como os membros do Serviços Nacionais de Apoio ou membros de equipas mais restritas. Estes espaços têm exactamente as mesmas características dos restantes Grupos.

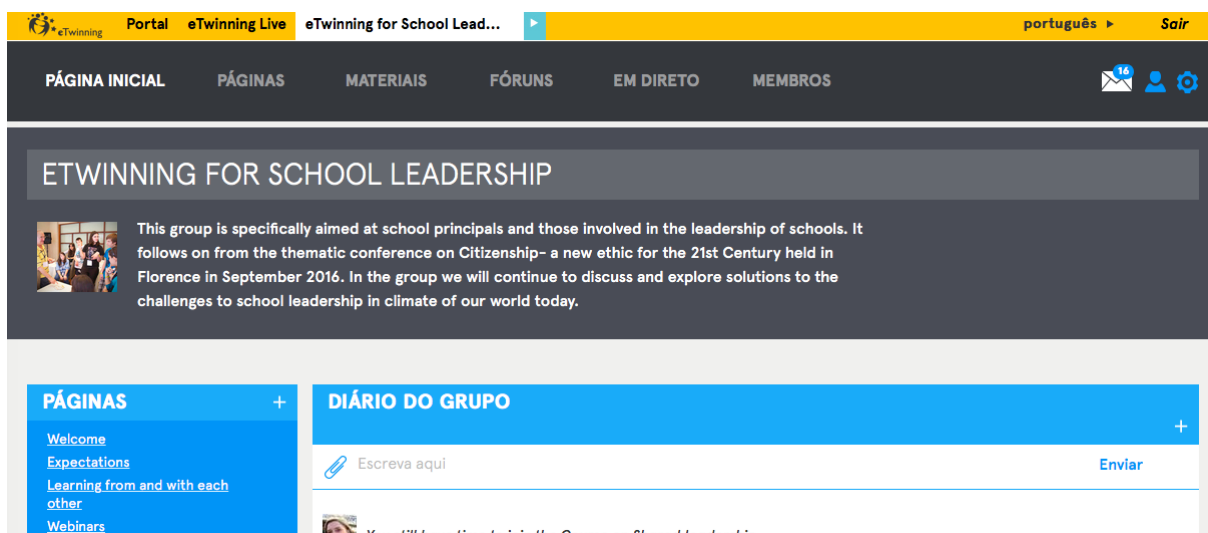


Figura 4: Exemplo da página inicial de um Grupo *eTwinning*.

O espaço do grupo tem ferramentas básicas para ajudarem à dinâmica do mesmo.

- Diário do grupo - só os administradores podem escrever neste espaço. Os membros podem comentar. É um espaço utilizado para anunciar e promover actividades.
- Páginas - As páginas ajudam a estruturar e a organizar o grupo. Os administradores escolhem quem pode editar as páginas.
- Materiais - Espaço onde se guardam as imagens, vídeos, documentos que podem ser usados nas páginas ou que ficam guardados em pastas.
- Fóruns - Espaço dedicado a debates. Podem ser criados vários. Todos podem participar.

- Em directo - Ferramentas de videoconferência e chat para comunicar com os membros do grupo. Os administradores podem criar e organizar Eventos *eTwinning* (momentos síncronos usando o *Adobe Connect*).
- Membros - Listagem dos membros que pertencem ao Grupo
- Uma caixa de correio – Possibilita a comunicação entre os membros.

Grupos de Destaque *eTwinning*

Os Grupos de Destaque *eTwinning* são espaços colaborativos com diversas temáticas que juntam à data deste artigo 38 117 professores. Existem 12⁷ grupos diferentes, sendo o espaço *Creative Classroom* o que congrega o maior número de membros (7 050). Após o piloto com os 3 Grupos iniciais, criaram-se Grupos de Destaque que nasceram em Abril de 2014 e foram renovados em Setembro de 2015.

Os 12 Grupos de Destaque são da responsabilidade do CSS e são moderados por peritos ou professores convidados que receberam formação de moderadores. Alguns Grupos de destaque começaram por ser criados por professores *eTwinners*, devido ao número de membros e da sua dinâmica passaram a ser apoiados e destacados pelo CSS.

Grupos *eTwinning* criados por professores para professores

A segunda tipologia de Grupos aparece na continuidade do espaço Salas dos Professores (*Teachers Rooms*) da plataforma anterior. Qualquer professor registado pode propor a criação de um grupo. A candidatura é avaliada pelo CSS. Pretende-se que sejam espaços agregadores e com espírito colaborativo e onde se fomente a partilha de práticas de forma a que os membros aprendam de e com os seus pares.

Os Grupos criados pelos professores surgem em Setembro de 2015. Desta data até Janeiro de 2016, 498 Grupos⁸ são abertos pelos professores *eTwinners*. No total 12 352

⁷ Bringing eSafety into eTwinning projects; On s’amuse en classe FLE!; Creative Classroom,; English as a Second Language; eTwinning for School Leadership; Virgilio - an introduction to eTwinning; STEM; Game-based Classroom; Entrepreneurship in Education; Teacher Academy Alumni - PBL Course Group; Inclusive Education; Sustainability Education Network Service eTwinning. SENSE Group

⁸ Todos os dados foram fornecidos pelo Serviço Central de Apoio

membros aderem aos Grupos nos primeiros meses. No final de 2016, 1 028 Grupos foram abertos e 24 445 professores tornam-se membros.

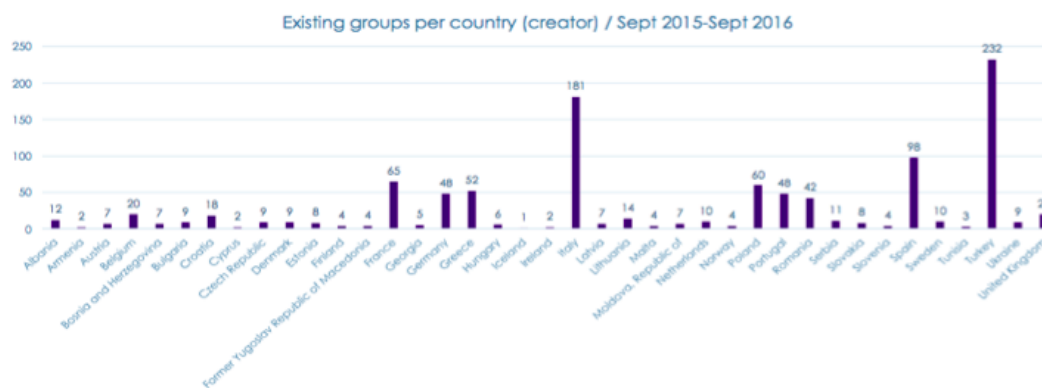


Figura 5 – Grupos criados entre Setembro de 2015 e Setembro de 2016 (por país de origem dos professores que os criaram).

Em Setembro de 2016, ao fim de um ano do início desta nova fase, Portugal ocupava o sétimo lugar entre os 39 países com Grupos criados. Até à data deste artigo Portugal registou 3 407 Grupos criados por professores, mantendo o 7º lugar, com mais grupos criados, mas agora entre os 42 países que fazem parte do *eTwinning*.

Grupos *eTwinning* – Percepções dos Professores

Realizámos um questionário que foi proposto aos professores em vários grupos de *Facebook* que juntam *eTwinners* de todos os países parceiros do projecto. Recebemos 98 respostas de professores de 23⁹ países diferentes. O questionário era composto por 11 perguntas sobre a utilização que os professores fazem do espaço da plataforma dedicada aos Grupos *eTwinning*. As perguntas foram concebidas para recolher informações sobre os membros dos Grupos enquanto participantes e enquanto criadores e moderadores dos Grupos.

⁹ Albânia, Portugal, Itália, Arménia, Bélgica, Bósnia Herzegovina, Bulgária, Croácia, Grécia, Alemanha, Letónia, Ex-República Jugoslava da Macedónia, Malta, Moldávia, Reino Unido, Polónia, Roménia, Sérvia, Espanha, Suécia, Turquia, Ucrânia e França.

A Participação nos Grupos *eTwinning* – Percepções dos professores

The affective and social dimension of the learning process can be exploited to allow the learner to not only enjoy learning, but acquire skills that empower him to actively engage in the development of his personal skills and competences. (Redecker, 2009, p.60)

Pretendemos conhecer as percepções dos professores enquanto participantes nos Grupos *eTwinning*, tanto nos Grupos de Destaque como nos Grupos criados pelos professores. As perguntas realizadas não se centravam em qualquer das tipologias dos grupos, tendo sido colocadas de forma geral.

O questionário tinha 7 perguntas sobre a participação dos professores nos Grupos *eTwinning*.

1. *Are you a member in any Featured Group?* Resposta de sim ou não. No caso de resposta afirmativa deveriam escolher qual/quais do/s 12 Grupo/s de destaque faziam parte.
2. *Do you participate in any eTwinning Group created by an eTwinner?* Resposta de sim ou não.
3. *If you answered yes in the previous question, write the name of the group/s.* Pergunta de resposta aberta.
4. *How often do you visit the group/s?* Pergunta com resposta de escolha múltipla.
5. *What do you enjoy more in an eTwinning group?* Pergunta de resposta aberta.
6. *What do you enjoy less in an eTwinning group?* Pergunta de resposta aberta.
7. *What do you look for in an eTwinning group? Please, share your impressions on using this tool. What are your impressions about the networking, collaboration, sharing that may have occurred during your participation? Or write any other comment on your experience on participating on groups.* Pergunta de resposta aberta.

Dos 98 respondentes 94 participam nos Grupos de Destaque, sendo o Grupo *Creative Classroom* que tem um maior número de escolha dos respondentes 80,9% (tem 7 050 membros, o Grupo de Destaque *eTwinning* com mais membros, 38,3% pertencem

eTwinning for School Leadership - 38,3% (937 membros), *Game Based Classroom* - 29,8% (4 213 membros) e *Virgilio - an introduction to eTwinning* - 27,7% (6 062 membros). Os professores podem fazer parte de vários grupos ao mesmo tempo, sem limite. Em relação aos grupos criados por *eTwinners* a variedade de respostas é grande tendo em conta que na altura deste artigo existiam 1 028 Grupos com um total de 24 445 membros. Algumas das respostas dadas demonstram que os professores não conhecem a diferença entre os grupos de Destaque e os Grupos criados por qualquer *eTwinner*.

Uma das recorrentes queixas dos professores é a falta de tempo. Perguntámos no questionário com que frequência visitavam os Grupos dos quais são membros. As opções eram as seguintes: “mais do que 1 vez por mês”; “menos do que 1 vez por mês”; “mais do que 1 vez por semana” “menos do que 1 vez por semana”; “Outros”. As respostas apontam para um número baixo de visitas aos Grupos. A maioria dos respondentes seleccionaram a respostas “menos do que 1 vez por mês” (30.9% das respostas) e por outro lado “mais do que 1 vez por semana” (25.8% das respostas).

As restantes perguntas eram de resposta aberta e tinham como objectivo conhecer as opiniões dos professores sobre a utilização do Grupo.

Enquanto participantes os professores gostam dos Grupos devido aos momentos de partilha e de trabalho colaborativo que proporcionam. São reconhecidos como espaços onde se trocam experiência, saberes e práticas no espírito comunitário. A maioria dos respondentes refere os momentos vividos nos grupos como inspiradores que os ajudam a querer saber mais. “There I always learn new things.” (AL2)

De acordo com as respostas recebidas os professores procuram nos Grupos *eTwinning* inspiração, ideias novas, oportunidades para trabalhar com os seus pares, informação/conhecimento, conselhos e apoio.

Destacamos os seguintes comentários que ilustram o que os membros dos Grupos procuram.

- “Sharing REAL experiences, good practices. There is ALWAYS a person to give useful advice.” (BG1)
- “Aprender o mais possível e tentar com isso melhorar a minha forma de ensinar, tentar inovar e ser mais criativa para "sair da rotina" e principalmente, incentivar

os meus alunos para a aprendizagem para que possam efetivamente adquirir as competências necessárias para o século XXI.”(PT6)

- “*eTwinning* Groups are an excellent way for learning from our peers. I expect to find mainly inspiration and advice. I also hope that my contributions have been helpful to someone else. Groups are (can be) a place where we share what we are doing inside our classroom, knowing that the teachers on the other side will understand us because we "talk the same language". So, in the end, I may say that groups are also a place to meet friends!“ (PT7)

Os professores apreciam a disponibilidade do outro em partilhar. “I like the collaborative element & how others are willing to share ideas & practice.” (Uk1) “As a beginner, I appreciated the disinterested mutual support of the members. They gave me reasons and strength to pass by obstacles and move on with the project..” (PT18) Além disso acreditam que todas as dinâmicas e oportunidades que esta plataforma fornece os ajuda a crescer enquanto profissionais e pessoas, “I am confident that - in multiple and various ways - each little bit that I add myself and/or enjoy as being added by others to the groups I am part of, has helped and shaped my identity as the eTwinner I am today.” (RO9)

A criação dos Grupos *eTwinning* – Percepções dos professores

Learning in the digital era is fundamentally collaborative in nature; social networks arise around common (learning) interests and aims and facilitate the learning process by providing social and cognitive guidance and support. (Redecker, 2009, p.9)

Pretendemos conhecer as percepções dos professores enquanto criadores de Grupos *eTwinning*. O questionário dividia-se em dois grupos de perguntas. Apenas os professores que respondessem à pergunta 8, “*Have you created a group?*” (Resposta de sim ou não) avançavam para outro conjunto de 4 perguntas específica para professores que tivessem criado Grupos *eTwinning*. Ao responderem não, passavam para a última secção.

Grupo de perguntas realizadas aos professores que tenham criado um Grupo.

1. *How many groups have you created?* Resposta com hipóteses e campo aberto de outro.
2. *Was it easy to create the group?* Resposta de sim ou não.
3. *As a moderator do you use all the tools available?* Resposta de sim ou não. Opção de acrescentar comentários.
4. *Please, share your impressions on moderating a group. What are your impressions about the networking, collaboration, sharing that may occur ? Or write any other comment on your experience on moderating a group.* Pergunta de resposta aberta.

Todas as perguntas eram de resposta obrigatória. Dos 98 respondentes ao questionário 25 responderam que criaram Grupos *eTwinning* (25,5%).

A maioria dos respondentes, 19 professores (76%), criou 1 grupo apenas e os restantes 6 professores (24%) criaram 2.

Em relação à facilidade ou não de criação grupos 23 respondentes (92%) consideram que é fácil o processo de criação.

56% dos respondentes afirma que não utilizam todas as ferramentas disponíveis nos grupos. Apesar de existir a oportunidade de fazer comentários a esta pergunta, estes não se referem na maioria à pergunta feita. Nas respostas pelo menos dois respondentes demonstram a necessidade saber mais sobre as ferramentas disponíveis. (Sugestão que iremos fazer ao CSS.) No que concerne às ferramentas um respondente refere-se às mesmas noutra espaço para comentários: “It's quite easy to handle the tools but really demanding to find interesting topics and ways to motivate members to participate and be willing to share their ideas” (EL6)

Os professores foram convidados a partilhar comentários no geral sobre a moderação dos grupos. As respostas foram variadas e apresentam testemunhos sobre as vantagens pessoais de moderar um grupo, assim como, as dificuldades que enquanto moderadores os professores encontram nos grupos.

Os professores moderadores consideram que criar e manter a actividade num Grupo *eTwinning* é desafiante por várias razões. A comunicação entre os membros é difícil de promover e manter. “It was challenging because I had to find interesting ways to keep

the members connected to the groups.” (RO2) Uma das razões que apresentam é a falta de um sistema de notificações imediato que permita que os membros do grupo saibam que estão a ser contactados ou que ocorreu alguma interacção.

Uma das vantagens apontadas pelos professores enquanto participantes na utilização dos Grupos é para os moderadores algo que pode ser frustrante, a partilha. Os moderadores afirmam que a maioria dos membros dos Grupos não partilham informação nem interagem limitando-se a procurarem informação partilhada por alguns membros mais activos. Muitos moderadores consideram que os grupos sofrem com sua falta de tempo para gerir o espaço, pensar em actividades, promover a discussão. Por um lado consideram que ser moderador é uma obrigação mas também uma motivação. “It's too much work to keep the group active and members motivated. Communication among members is difficult too. Still, I believe that it's important to have like-minded or sharing same interests people together and offer the opportunity to share.” (EL2)

Para manter o interesse no Grupo os moderadores tem de estar disponíveis para se manterem actualizados, procurarem conteúdos interessantes e promoverem discussões ou actividades. Uma das hipóteses é a criação de Grupos em que vários moderadores são responsáveis pela sua dinamização. “I would have expected a more active participation in forums and discussions, I confess. Nonetheless, membership number continues to grow. Many colleagues asked for and received moderators privileges and sometimes they publish in the journal or open a forum.” (IT7)

Na pergunta (4) de resposta aberta na qual solicitávamos que partilhassem as suas percepções sobre a moderação de um grupo, os moderadores dão as mesmas respostas que deram nas perguntas sobre a sua experiência enquanto participantes dos Grupos. Enquanto moderadores procuram inspiração, ideias novas, trabalhar com os seus pares, conhecimentos, conselhos e apoio. “I created my own group, because I would like to develop my ICT skills and experience.” (PL4) Ao promoverem um espaço de partilha e de colaboração os moderadores dos Grupos consideram que estão a aprender ao mesmo tempo que promovem e facilitam a aprendizagem de outros. “Learn more than you think.” (AL2)

Tanto os moderadores como os *eTwinners*, que são apenas participantes, queixam-se que a plataforma poderia ser promotora de mais interactividade entre os membros dos Grupos. O espaço dos Grupos tem uma caixa de correio, contudo só quando de se entra

na plataforma que gere os grupos é que o professor sabe que alguém o tentou contactar. o mesmo acontece com as interações que acontecem a nível dos fóruns. Apesar de existir um espaço de destaque sobre as últimas contribuições dos fóruns estas só são acessíveis se os membros entrarem na plataforma dos Grupos.

Apesar destes constrangimentos as respostas ao questionário apontam para preferencialmente para pontos positivos (todas as conclusões serão partilhadas com o Serviço Central de Apoio do projecto).

Conclusão

“They help me to broaden horizons and be in contact with a large community of people with common interests.” (EL8)

Os professores respondentes valorizam diferentes características da ferramenta, nomeadamente o facto de esta lhes dar a oportunidade de aprenderem com os seus pares, se inspirarem com as partilhas de ideias e experiências, os contributos, a disponibilidade dos outros em ajudar.

Consideram que o ponto mais forte é a oportunidade que lhes dá para conhecer novas pessoas de diferentes países que partilham os mesmos gostos, dúvidas e medos, a possibilidade de partilhar práticas, de colaborar e aprender uns com os outros de forma interactiva. Os professores afirmam que se tornaram mais confiantes nas suas práticas e mais motivados.

A ferramenta Grupos *eTwinning* responde a algumas das necessidades dos professores enquanto aprendentes preocupados com o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Utilizando esta ferramenta os professores têm a possibilidade de aprender de forma interactiva, partilhada e em colaboração.

A plataforma *eTwinning* encoraja os professores a serem produtores e receptores de conteúdos. Os professores valorizam muito estes momentos voluntários de aprendizagem, mudando a percepção de que o conhecimento está confinado à escola, aos centros de formação e aos seus formadores. O desenvolvimento tecnológico fez com que aprendizagem possa acontecer em qualquer lugar a qualquer hora. Todos podem ser peritos e podem aprender uns com os outros. Como em qualquer outra comunidade nem

todos contribuem ao mesmo nível, contudo o número de momentos de partilha e colaboração entre os pares continua a crescer.

Tendo em conta o aumento de interesse por esta ferramenta será importante tirar conclusões no futuro sobre o verdadeiro impacto que estes momentos têm no desenvolvimento pessoal e profissional dos professores.

Referências

Crawley, C., Gilleran, A., Scimeca, S., Vuorikari, R. & Wastiau, P. (2009). *Beyond School Projects - A report on eTwinning 2008-2009*. Brussels: Central Support Service of eTwinning European Schoolnet.

Crawley, C., Gerhard, P., Gilleran, A., Joyce, A. (2010). *eTwinning 2.0 - Building the community for schools in Europe*. Brussels: Central Support Service of eTwinning European Schoolnet.

European Schoolnet (2013). *Survey of Schools: ICT in Education. Benchmarking access, use and attitudes to technology in Europe's schools. Executive Summary*. Acedido em 21 de Fevereiro 2017, em http://www.eun.org/c/document_library/get_file?uuid=9be81a75-c868-4558-a777-862ecc8162a4&groupId=43887

European Schoolnet (200). *First year of eTwinning in Europe*. Acedido em 3 de Março 2017 https://files.eTwinning.net/shared/data/eTwinning/brochures/etw_leaflet_en.pdf

Kearney, C. & Gras-Velázquez, À. (2015). *eTwinning Ten Years On: Impact on teachers' practice, skills, and professional development opportunities, as reported by eTwinners*. Brussels: Central Support Service of eTwinning European Schoolnet.

Redecker, C. (2009). *Review of Learning 2.0 Practices: Study on the Impact of Web 2.0 Innovations on Education and Training in Europe*. Retirado de Institute for Prospective Technological Studies, JRC, European Commission, acedido em 29 de Abril 2017: <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/publications/pub.cfm?id=2059>.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NAS UNIVERSIDADES: AS ESTRATEGIAS DIGITAIS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DE CURRÍCULOS

LUCIANO ALESSANDRO DUQUE
Universidade do Minho
contatolucianoduque@gmail.com

Resumo

Este Projeto de Pesquisa irá explorar como o processo de marketização do ensino superior afetou a comunicação estratégica digital das Instituições de Ensino Superior. Especificamente, pretende-se identificar o papel das redes sociais como possível ferramenta de captação de alunos estrangeiros na comunicação estratégica digital das Universidades. A investigação que será apresentada neste projeto pretende contribuir, por meio de sua fundamentação teórica, para a literatura em Comunicação Organizacional voltada às Universidades Públicas. Espera-se também oferecer elementos para a construção e fortalecimento da imagem das universidades, assim como efetuar um levantamento de estratégias de comunicação digital, ajudando no diagnóstico de oportunidades e novos insights para as Instituições de Ensino Superior. As futuras conclusões deste estudo poderão ser utilizadas para projetar estratégias que construam e fortaleçam a atratividade do sistema de ensino superior português e mundial.

Palavras-chave: Comunicação organizacional, redes sociais, ensino superior, internacionalização

Abstract

This Research Project will explore how the process of marketization of higher education affected the digital strategic communication of Higher Education Institutions. Specifically, it is intended to identify the role of social networks as a possible tool for capturing foreign students in universities digital strategic communication. The research that will be presented in this project intends to contribute, through its theoretical foundation, to the literature on Organizational Communication directed to Public Universities. It is also hoped to offer elements for the construction and strengthening of the image of universities, as well as to carry out a survey of digital communication strategies, helping to diagnose opportunities and new insights for Higher Education Institutions. The future conclusions of this study may be used to design strategies that will build and strengthen the attractiveness of the Portuguese and world higher education system.

Keywords: Organizational Communication, social networks, higher learning, internacionalization

1. Introdução

A expansão das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) levou a um ambiente de profundas mudanças no Ensino Superior mundial. Novas ferramentas tecnológicas proporcionam a professores e estudantes múltiplas possibilidades de utilização e introduziram novas formas de comunicação e interação dentro e fora das salas de aula. Mas essa expansão também impactou o desenvolvimento da comunicação organizacional e a construção da identidade nas universidades, causando mudanças, especialmente nas estratégias digitais para o Ensino Superior. É interessante observar que essas mudanças também foram motivadas pela adoção de sistemas de gestão influenciados pelo modelo privado, que busca uma implementação da “marketização” do ensino superior, definida por Brown (2015, p.5) como “a provisão da educação superior em uma base de mercado, onde a oferta e demanda da educação dos estudantes, pesquisa acadêmica, e outras atividades da universidade são balanceadas através do mecanismo do preço”.

Em um esforço para manter a competitividade, em um “cenário de pressões crescentes nos custos e novas formas de financiamento, como novos modelos e papéis de governança, incluindo a ênfase em performance, qualidade e prestação de contas” (Karine, Diane, Deborah, 2014, p.16) o uso das redes sociais, sites e blogs se transformou em uma medida necessária. Principalmente para interagir e alcançar o crescente número de jovens estudantes que estão online e possuem perfis em várias redes sociais. Somente em Portugal, o número de utilizadores de redes sociais cresceu para 54,8% da população entre 2008 e 2015, enquanto o número de usuários de Internet aumentou 147% neste período (Internet Live Stats, 2017). Na Europa, o nível de acesso a internet nas casas cresceu de 48% em 2009 para 74% em 2016 (Eurostat, 2017). Esta expansão indica que a comunicação digital está, há muito tempo, a influenciar as relações sociais e o indivíduo, seja na busca de entretenimento ou de informações relevantes para a carreira profissional e acadêmica.

Para abordar a perspectiva das transformações nas Instituições de Ensino Superior (IES) neste processo, o presente projeto de pesquisa tem por objetivo discutir como a chegada do digital afetou a Comunicação Organizacional das universidades. A pesquisa pretende contribuir, por meio de sua fundamentação teórica, para o

desenvolvimento da literatura em Comunicação Organizacional voltada as IES. O projeto pretende apresentar a abordagem da Comunicação Organizacional por uma perspectiva focada nas redes sociais, não somente para estudos posteriores nesta área, como também para a definição de estratégias de comunicação digital que possam ser consideradas relevantes, ajudando no diagnóstico de oportunidades e novos mercados para as Instituições de Ensino Superior.

2. Enquadramento da investigação

A questão inicial que norteará o projeto surgiu a partir dos questionamentos referentes aos efeitos da marketização da educação nas Instituições de Ensino Superior Públicas. Com a marketização transformando estudantes em clientes e professores em profissionais de serviços, a competição por novos alunos e mercados parece ser a palavra de ordem no ensino superior. Como consequência, as instituições ficaram à mercê das incertezas do mercado e tiveram que promover alterações em seus modelos de comunicação. Ou seja, as mudanças exigiram profundas reformulações nas formas de comunicação das IES. Foram transformações que alteraram a filosofia, a visão e a cultura dessas instituições. Apesar disso, o processo resultou na emergência da comunicação como vetor principal da “renovação identitária e da mudança estratégica em geral” (Ruão, 2008, p.14).

A partir destes elementos, surgiu a questão de partida: como o processo de marketização do ensino superior afetou a comunicação estratégica digital das Instituições de Ensino Superior? Esta investigação visará, especificamente, identificar o papel das redes sociais como ferramenta de captação de alunos estrangeiros na comunicação estratégica digital das IES.

Para reforçar a defesa da escolha do tema, a internet e as redes sociais, seus usos e apropriações sempre estiveram entre os interesses de pesquisa deste doutorando. Especialmente quanto à sua utilização como fonte de informação e suas apropriações. Através dessa explanação, busca-se justificar a importância do trabalho desenvolvido, que procura auxiliar o processo de produção da informação científica acadêmica. Com o desenvolvimento dessa pesquisa, espera-se contribuir para a área de Comunicação Organizacional e gerar resultados no sentido de investigar e identificar o papel das redes

sociais entre os os estudantes internacionais, buscando mapear como se desenrola este processo.

3. As transformações da Comunicação Organizacional no Ensino Superior

De acordo com Ruão (2008, p.153-154), as Instituições de Ensino Superior Públicas em Portugal enfrentaram, especialmente nas últimas décadas, imensos desafios que exigiram uma alteração na sua capacidade estratégica em relação à comunicação organizacional. Essas mudanças podem ser explicadas, resumidamente, no quadro abaixo:

Período	Modelos de Comunicação	Descrição
1900 - 1970	Relações públicas	O objectivo central da comunicação era a construção de prestígio institucional, que deveria ter confirmação comportamental.
1970 - 2000	Comunicação de Marketing	Gestão controlada da comunicação e da identidade. As universidades nacionais começaram a alargar os seus departamentos de comunicação, a modernizar as suas simbologias, a apostar em novos meios, usar estratégias de segmentação e a promover activamente o trabalho científico.
2000 - Presente	Comunicação Integrada	Alteração de comportamentos e práticas correntes, de valores culturais, de traços de personalidade e de estilos de comunicação, ou seja, a reconstrução da <i>organização expressiva</i> .

Tabela 1 - Comunicação Organizacional das universidades portuguesa. Fonte: adaptado de Ruão (2008, p.153-154).

Devido a alterações no ambiente econômico e político, muitos governos foram - e ainda estão - consistentemente reduzindo o papel do Estado como financiador dos serviços públicos voltados à educação. Entre 2010 e 2013, ocorreram cortes de 21% no

financiamento público para as universidades portuguesas. Desde 2014, houve apenas um aumento de 1,8% nesse valor (Paulo, 2016). Os cortes atingiram bolsas, pesquisas e financiamentos, reduzindo a capacidade financeira das Instituições de Ensino Superior Públicas. Brown (2015, p.5) numa análise internacional destes processos (que marcaram a maior parte do mundo ocidental), revela que a racionalidade por trás dessas reformas possui três componentes principais:

Primeiro, se acredita que o melhor uso de recursos é obtido onde universidades interagem diretamente com estudantes que são tratados como clientes, ao invés de através do Governo ou de uma Agência Governamental que age seguindo os interesses dos estudantes. O argumento principal é que “os estudantes sabem escolher” e se eles são levados a agir como consumidores, as instituições terão que seguir as suas necessidades e preferências ou perderão terreno. Segundo, conforme o sistema se expande, seu custo aumenta, especialmente devido ao fato que o ensino superior possui um foco limitado para ampliar a sua eficiência. Devido aos limites reais, ou percebidos, sobre a capacidade e vontade dos contribuintes de financiar um sistema amplo, é necessária uma contribuição privada para que a qualidade seja mantida. Terceiro, muitos dos benefícios do ensino superior - como salários mais altos, empregos mais satisfatórios, melhor saúde e longevidade - acumulam para os alunos/graduados como indivíduos. Portanto, é justo que contribuam com uma parte razoável dos custos.

Essas “reformas” governamentais levaram, portanto, à adoção de modelos econômicos por instituições que não funcionavam sob princípios econômicos (Mayr, 2008). Este cenário levou as IES a uma mudança em sua comunicação organizacional para o público externo, como uma forma de minimizar custos, redefinir seu posicionamento e ampliar sua área de atuação em busca de novos nichos e mercados. Ruão (2011, p.1) relata que este cenário pode ser responsável, em parte, pelo crescimento nas ações estratégicas das Instituições de Ensino Superior:

Uma nova ordem do discurso emergiu nas universidades públicas portuguesas ao longo dos anos 1990. Referimo-nos à mercantilização das suas práticas discursivas, ou seja, à contaminação do discurso institucional por práticas comunicativas dominantes no sector privado, como a publicidade.

O planejamento estratégico da comunicação das IES, que antes se baseava em folders, prospects e outros materiais impressos, também começou a utilizar as várias ferramentas e plataformas tecnológicas à sua disposição. Muitas universidades investiram em comunicação estratégica e criaram departamentos de comunicação como uma forma de desenvolver uma identidade diferenciada de outras instituições, em um

momento em que o ensino superior começou a se tornar disponível para um número maior de estudantes.

Algumas mudanças estruturais, que ocorreram no último século, podem explicar esse ponto de mudança: o fenômeno da globalização trouxe competitividade para o setor de educação superior. Os governos começaram a exigir uma maior expertise das instituições ao mesmo tempo que reduziram seu apoio financeiro, mudanças na demografia levaram a um declínio no número de estudantes concorrendo para o ensino superior; e a comunidade vem exigindo um maior senso de responsabilidade para essas instituições (Ruão, 2009, p.2).

Para Martins (2015, p.408) esse processo de transformação econômico e político foi extremo e trouxe consequências indesejáveis:

Aquilo que faz a natureza da universidade, hoje, é a ideologia comercial: as universidades são empresas; a educação são serviços; o ensino e a investigação são oportunidades de negócios; os professores são profissionais de serviços ou consultores; os alunos são clientes. E com o mercado financeiro e o mercado de trabalho a ribombar fantasticamente por cima da sua cabeça, a universidade faz manchete da ‘excelência’ dos seus cursos e professores, ou seja, faz manchete da sua ‘qualidade’.

Como consequência, as instituições ficaram à mercê das incertezas do mercado e tiveram que promover alterações em seus modelos de comunicação:

De modelos de comunicação elitizada, que caracterizaram a primeira metade do século XX, as universidades públicas mudaram para modelos de comunicação de marketing nos anos de 1990, e então seguiram as tendências de comunicação de marketing em anos recentes, com o objetivo de controlar todas as mensagens e canais de acordo com suas estratégias políticas (Ruão, 2009, p.1).

É preciso diferenciar o que se entende por marketização do ensino superior e o marketing do ensino superior. Enquanto o processo de marketização se revela nocivo em diversos aspectos, o planejamento estratégico de marketing da instituição é uma ferramenta importante e imprescindível para fortalecer o posicionamento e a imagem da instituição. É uma forma de alcançar objetivos a médio e longo prazos, tomando decisões fundamentadas, gerindo os recursos disponíveis, analisando e prevendo cenários futuros e possíveis ameaças.

É necessário compreender a comunicação como o canal fundamental das organizações que as ligam ao ambiente. Uma gestão adequada da comunicação permitirá à

organização conceber, desenvolver, pôr em prática e manter a sua estratégia nos diferentes níveis das suas ações, o que irá ajudar a ajustar as suas estratégias corporativas ao ambiente, garantindo a sua consistência e continuidade, e desenvolvendo uma linha de ação permanente. O resultado será a projeção de uma imagem positiva junto dos *stakeholders* a curto prazo e uma melhoria da sua reputação a longo prazo, sendo este o objetivo último da gestão de recursos intangíveis (Carrillo, 2014, p. 78).

As mudanças aqui apresentadas exigiram profundas reformulações nas formas de comunicação das IES. Foram mudanças que alteraram a filosofia, a visão e a cultura dessas instituições. Apesar disso, o processo resultou na emergência da comunicação como vetor principal da “renovação identitária e da mudança estratégica em geral”. (Ruão, 2008, p.14).

4. As transformações da Comunicação Organizacional no Digital

O desenvolvimento de tecnologias digitais nas últimas décadas expandiu massivamente a capacidade humana de comunicar e conectar. A infraestrutura instalada atualmente possui uma enorme complexidade, como resultado da rápida expansão tecnológica, mesmo que às custas de um acesso nem sempre bem distribuído.

Durante esse período, as plataformas digitais também passaram por muitas mudanças. E, no ambiente estudado, elas alteraram profundamente a forma de interação entre universidades e alunos, transformando e conectando conhecimentos, marcas e comunidades. Grewal e Levy (2016, p. 84) apontam que “as mudanças e avanços em social, mobile e tecnologias online criaram uma tempestade perfeita, forçando as empresas [e as instituições, acrescentamos nós] a mudarem a forma de comunicação com seus clientes”.

Atualmente, o planejamento estratégico das Instituições de Ensino Superior Públicas requer mais que a publicidade tradicional. As instituições podem e devem se apoderar das plataformas digitais disponíveis para apresentar e administrar sua presença e imagem. Dessa forma, conseguem atingir uma vantagem competitiva na captação, retenção e construção de lealdade com seus estudantes, pais, colaboradores, comunidade e financiadores.

Propósitos de comunicação foram redefinidos e atrair estudantes e investimentos se transformou na mais importante intenção da mensagem. Os fatores intangíveis se

tornaram cruciais para distinguir os serviços e aumentar a atração. O clássico departamento de relações públicas (com protocolos e funções administrativas de comunicação) começou a compartilhar responsabilidades ou foi substituído por funções de marketing (Ruão, 2009, p.5).

A importância das redes sociais como plataformas de interação social, comunicação e marketing segue demonstrando um rápido e sólido crescimento. Entre 2008 e 2015, o número de utilizadores de redes sociais em Portugal cresceu de 17,1% para 54,8%. Os dados também apontam que o Facebook é a rede social com maior taxa de penetração em Portugal, com 93,6%. Em seguida vem o YouTube com 41,4%, Google+ com 40,2%, LinkedIn com 37,3%, Instagram com 28,9% e o Twitter com 23,6%. O estudo também revelou que 78,1% dos portugueses usa estas plataformas para enviar e receber mensagens, 67,7% usam para visualização de vídeos, 67,6% para comentar publicações de amigos e 64,4% utilizam o serviço de 'chat'. Além disso, 61,5% dos portugueses acessam notícias em sites de informação e 54,6% partilham links de artigos nas redes sociais (Tvi24, 2016). E Drury (2008) revela que:

...o crescimento das redes sociais como um canal influente de marketing, pegou muitas pessoas desprevenidas na indústria. A publicidade on-line tem sido criticada por suas limitações criativas há anos, mas as mudanças na paisagem da Internet criaram novas oportunidades para se envolver com os clientes de maneiras não possíveis através de canais off-line.

Devido a esse crescimento, é possível afirmar que muitas IES já integraram ou planejam explorar soluções digitais nos seus programas de comunicação organizacional e demonstram um crescente interesse no potencial das redes sociais, especialmente em sua capacidade em alcançar e atrair futuros estudantes. A melhora na comunicação, do engajamento e da lealdade à imagem da instituição representam apenas alguns dos benefícios que podem ser encontrados nas redes sociais. Ao ampliar o engajamento e a exposição nas redes sociais, também é possível contribuir para aumentar o número de estudantes inscritos na graduação e na pós-graduação, além de ajudar no processo de decisão de futuros alunos no momento de selecionar seu curso e sua universidade.

Vekatesh (2015) aponta os cinco principais benefícios do uso das mídias sociais para o ensino superior: (1) Admissão na universidade: as mídias sociais ajudam as instituições a recrutar futuros estudantes e professores; (2) Ambiente de Aprendizagem Contínua: permite que os alunos aprendam on-line em seu próprio ritmo, através da

escuta de blogs de vídeo, podcasts, palestras e webcasts. Ao mesmo tempo, melhora a interação entre alunos e professores dentro da sala de aula; (3) Participação dos alunos em tempo real: uma presença ativa nas mídias sociais ajudará as instituições a cultivar relacionamentos fortes com seus ex-alunos. Fornece também oferece uma oportunidade para encontrar e reconectar com ex-alunos internacionais; (4) Parcerias com as indústrias: ajuda as instituições a se conectarem com as indústrias para fomentar as parcerias e identificar especialistas no campo de interesse; (5) Plataforma de construção de marca: apresenta oportunidades para as instituições de ensino superior comunicarem e promoverem online a sua imagem de marca entre as principais partes interessadas.

A utilização das mídias sociais como ferramenta de interação e engajamento deve estar alojada na formulação da estratégia de marketing de uma instituição de ensino superior. E esta estratégia deve incluir decisões sobre: (1) Os atuais programas e mercados da instituição - se devem ser mantidos, construídos ou desativados; (2) Futuros novos programas e oportunidades de mercado; (3) Análise dos concorrentes; (4) Posicionamento da instituição em relação aos seus concorrentes; (5) Seleção dos mercados-chave e o projeto do marketing mix (Kotler e Keller, 2009).

No mundo globalizado e tecnológico em que vivemos, não é surpresa que estudantes internacionais utilizem a Internet como a principal ferramenta de busca de informações para tomar decisões de aplicação universitária (Chen, 2008; Gray et al., 2003). Dados do Eurostat (2016), revelam que mais de 80% das pessoas entre 16 e 74 anos, na União Européia, usaram a internet em 2016 através de vários dispositivos.

Telemóveis ou smartphones são os dispositivos mais utilizados para surfar na internet, com mais de três-quartos (79%) dos usuários. Eles foram seguidos por laptops ou netbooks (64%), desktop computers (54%) e tablets (44%). (Eurostat, 2016, p.1)

Por isso, o site da universidade geralmente é o ponto de entrada que os potenciais alunos utilizam para recolher informações sobre a universidade e seus cursos. Além de apresentar a imagem da instituição e reforçar a diferença de uma oferta de mercado de outras, o site ajuda a criar um valor intangível duradouro na mente dos potenciais consumidores. Gray et al. (2003) relata que estudantes prestam uma atenção especial nestas cinco principais dimensões de posicionamento da marca: ambiente de aprendizagem, reputação, perspectivas de carreira na graduação, imagem do destino, e

integração cultural. Bennett e Ali-Choudhury (2008, p.4) definem a imagem da universidade como “uma manifestação das características da instituição que a distingue das outras, refletindo sua capacidade de satisfazer a necessidade dos estudantes e engendrar confiança na sua habilidade de entregar um certo tipo e nível de educação superior”. Jager e Jan (2015), relatam que a imagem de uma universidade é um processo coletivo que se reflete em seu website onde estudantes comparam os vários programas e currículos. A imagem corporativa também pode ser definida como o comportamento visual e verbal do modelo de negócio da organização, que é expressado através de sua missão, valores fundamentais, crenças, comunicação e cultura. Isto significa que as universidades são marcas e têm características que as tornam diferentes umas das outras (Knox e Bickerton, 2003).

Este novo cenário revela que a utilização das plataformas digitais, aliada a um posicionamento e projeção correta da imagem de uma instituição de ensino superior, se constitui em fator decisivo no processo de escolha de uma universidade.

5. As transformações no perfil dos estudantes de Ensino Superior

A mudança no perfil dos estudantes também é um fator importante para entender as transformações na comunicação estratégica das universidades. Atualmente os estudantes estão mais conectados, possuem um alto nível de conhecimento tecnológico, estão mais cientes de suas opções e esperam que a IES de sua escolha exceda suas expectativas. A educação de qualidade se transformou em uma parte da equação. Os novos estudantes esperam que sua instituição também seja reconhecida internacionalmente e que proporcione novas experiências acadêmicas, profissionais e pessoais. Uma nova realidade de mercado impõe uma dura pressão nos modelos tradicionais de comunicação dentro das IES, que buscam formas alternativas para compensar as perdas nas receitas e uma mudança inexorável no modelo de negócio implantado nas últimas décadas. O público agora exige personalização e rapidez.

A mudança do perfil de consumidor de notícias para *prosumer* - produtor + consumidor - moldou uma nova realidade, onde a inconstância e a mobilidade são as marcas desse novo consumidor (Toffler, 1980). Eles não aceitam somente receber o conteúdo, mas consumir e produzir ao mesmo tempo. O seu acesso a novas tecnologias

permitiu uma transformação, passando de “um para um” para “muitos para muitos”. O público consumidor de informação tem o poder de achar a informação de seu interesse e de ignorar qualquer objeto que não esteja dentro de suas expectativas. As redes sociais, como vetores de aproximação, facilitam o compartilhamento de interesses e a busca por novas fontes de informação e conteúdo. Muitas plataformas como sites, redes sociais e blogs buscam o conteúdo produzido pelos prosumers como uma forma de diferenciação e interação com esse novo perfil de audiência.

Shirky (2008, p. 81) relata que este tipo de produção com a participação dos usuários já promove transformações na forma de comunicação existente na Internet:

Comunicação pessoal e publicação, antes funções separadas, agora lançam sombras uma sobre a outra. O resultado é a quebra do antigo padrão de filtragem profissional do bom e do medíocre antes da publicação. Agora, essa filtragem é cada vez mais social, e acontece após o fato.

Bhat (2014) relata que o novo consumidor está em múltiplos lugares, tem acesso web/mobile e edita suas preferências. Ele também interage, opina e recomenda, além de eleger e excluir marcas. Corrêa (2011, p.60) registra que “quem produz informações e as transforma em notícias deverá se conectar às prioridades específicas dos indivíduos do que aos aspectos de atração coletiva do conteúdo”. Dentro deste cenário, o uso dos smartphones como ferramenta de acesso e produção de conteúdos apresenta uma constante expansão. Entre 2013 e 2016, a penetração dos smartphones em Portugal cresceu 89% (Marktest, 2016). Entre a faixa etária de 16 e 24 anos, 94% dos usuários acessaram a internet por telemóveis ou smartphones (Eurostat, 2016). Estes números indicam que a facilidade de acesso mobile permite aos usuários uma busca, seleção e edição de conteúdos em tempo real:

Novas tecnologias de informação, ao transformar os processos de processamento de informação, agem sobre todos os domínios da atividade humana, e possibilitam estabelecer conexões infinitas entre diferentes domínios, assim como entre os elementos e agentes dessa atividade (Castells, p.67, 1996).

A comunicação e a interação online ocorrem naturalmente para os prosumers. É possível afirmar que, graças a essa expansão tecnológica, as redes sociais já estão integradas na vida desses usuários, transformando o ambiente digital e incentivando a exploração de novas formas de interação. A apropriação de espaços tecnológicos, a

transformação das relações entre marcas e consumidores e as mudanças no espaço de atuação da comunicação organizacional das Instituições de Ensino Superior estão no cerne desta transformação. O poder de modificar, de aceitar ou de negar um determinado conteúdo alterou significativamente as formas de interação nas plataformas digitais.

6. As transformações na Internacionalização do Currículo do Ensino Superior

A internacionalização do ensino superior é um fenômeno relativamente novo, que vem se aprofundando e ampliando nas últimas décadas. Ela foi influenciada pela globalização das economias mundiais e sociedades, e também pela importância cada vez mais crescente da informação como elemento fundamental na economia global. A internacionalização é conduzida por um conjunto de fatores sócio-culturais, políticos, econômicos e acadêmicos que são determinados por decisões fundamentadas na racionalidade das transformações advindas da globalização. Knight (1999) relata que a “globalização pode ser identificada como o catalisador, enquanto a internacionalização é a resposta”. Apesar de seus aspectos aparentemente vantajosos, “a globalização econômica também está transformando o conhecimento em uma commodity; uma commodity cujo valor depende da facilidade e segurança onde é criado, armazenado e transferido de produtores para usuários, assim como sua utilidade na produção de outras mercadorias e serviços” (Mitchel e Nielsen, 2012). De Wit (2002, p.83-102) identifica quatro categorias amplas que regem a racionalidade por trás da globalização: política, econômica, social e cultural, e acadêmica.

O termo “internacionalização” percorre diferentes áreas e inclui dimensões distintas, com importância variada em diferentes níveis de educação superior (Yang, 2002). Knight (2007, p. 207) revela que a internacionalização “é um termo utilizado cada vez mais para discutir a dimensão internacional do ensino superior, e de forma ampla a educação pós-secundária.”

Morosini (p.113, 2006), relata o embasamento teórico existente no processo de internacionalização universitária decorrente da globalização: (1) Aceleração do processo de formulação de políticas educacionais públicas, estatais e não estatais, de transnacionalização não só entre países do Mercosul, mas extensível à América Latina,

à União Europeia e ao mundo; (2) Consolidação do Estado que, de centralizador, passa a ser avaliador/regulador/supervisor da educação. (3) Expansão da educação superior em todos os países; (4) Classificação da educação superior como serviço de mercado (Acordo Geral de Tarifas e Serviços - GATs); (5) Construção do "estado do conhecimento" pela internacionalização universitária em periódicos eletrônicos internacionais. Estado do conhecimento é conceituado como um estudo quantitativo/qualitativo, descritivo da trajetória e distribuição da produção científica sobre um determinado objeto, estabelecendo relações contextuais com um conjunto de outras variáveis como, por exemplo, data de publicação, temas e periódicos, etc.

A mobilidade dos estudantes estrangeiros é um dos fatores que auxiliam na compreensão deste fenômeno: o número de estudantes aumentou de 800.000 desde a metade da década de 1970, para mais de 3.5 milhões em 2009 (British Council, 2012). Projeções apontam que esta demanda pode crescer para cerca de 7.2 milhões de estudantes estrangeiros em 2025 (Böhm, 2002). Devido a este crescimento, a União Europeia tem divulgado um conjunto de posições através das quais sublinha a importância do ensino superior e avança com três categorias de ações que deveriam estar presentes nas estratégias de internacionalização: (1) Promoção da mobilidade internacional de estudantes, professores, investigadores e de pessoal não docente; (2) Promoção da internacionalização e do desenvolvimento dos currículos e da aprendizagem digital; (3) Incentivo à cooperação estratégica, às parcerias e ao reforço das capacidades institucionais (Portugal, 2014, p.11). Hénard (citado por Portugal, 2014, p.23-24) ajuda a reforçar essa visão, relatando que as principais razões que impulsionam a respetiva internacionalização podem ser sintetizadas em cinco níveis: (1) incentivo à melhor preparação dos estudantes; (2) internacionalização dos currículos das formações; (3) afirmação do perfil internacional da instituição; (4) reforço da investigação e da produção de conhecimento; (5) incorporação de diversidade nos corpos docente e administrativo.

7. Metodologia

Os procedimentos metodológicos se constituem como uma parte primordial na estrutura da pesquisa científica. Gil (2008, p.162) relata que “sua organização varia de

acordo com as peculiaridades de cada pesquisa”. Para melhor investigar o problema, podem ser utilizados métodos qualitativos e quantitativos.

Segundo Diehl (2004), a escolha do método se dará pela natureza do problema, bem como de acordo com o nível de aprofundamento. O autor comenta sobre estas duas estratégias:

- a) a pesquisa quantitativa pela uso da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, utilizando-se técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança;
- b) a pesquisa qualitativa, por sua vez, descreve a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos grupos, contribuir no processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos.

Neves (1996) relata que a pesquisa qualitativa "compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados". O autor explica que esse tipo de pesquisa:

Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social, trata-se de reduzir a distância entre o indicador e o indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação. (Maanen, 1979, p.520, apud Neves, 1996, p.1).

O autor também indica os benefícios de emprego conjunto dos métodos qualitativos e quantitativos: (1) possibilidade de congregar controle dos vieses (pelos métodos quantitativos) com compreensão da perspectiva dos agentes envolvidos no fenômeno (pelos métodos qualitativos); (2) possibilidade de congregar identificação de variáveis específicas (pelos métodos quantitativos) com uma visão global do fenômeno (pelos métodos qualitativos); (3) possibilidade de completar um conjunto de fatos e causas associados ao emprego da metodologia quantitativa com uma visão da natureza dinâmica da realidade; (4) possibilidade de enriquecer constatações obtidas sob condições controladas com dados obtidos dentro do contexto natural de sua ocorrência; 5. possibilidade de reformar validade e confiabilidade das descobertas pelo emprego de técnicas diferenciadas (Duffy, 1987, p.131 apud Neves, 1996, p.1).

Richardson (1989), aponta que os métodos quantitativos caracterizam-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no

tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

Os métodos qualitativos a serem empregados envolverão entrevistas semidirectivas ou semidirigidas com membros dos departamentos de comunicação das IES. O objetivo das entrevistas será investigar e identificar se existe um planejamento para as redes sociais das IES visando a captação de alunos estrangeiros e quais as estratégias digitais utilizadas. Dessa forma será possível elaborar um panorama atual da utilização das redes sociais pelas IES.

A entrevista semidirectiva ou semidirigida “não é inteiramente aberta nem encaminhada, por um grande número de perguntas precisas”, possibilitando ao investigador retirar elementos de reflexão muito ricos e permitir um contacto direto com seus interlocutores, alcançando um alto grau de autenticidade e profundidade (Quivy & Campenhoudt, p.192, 2005). Aberbach e Rockman (2002) relatam que as entrevistas são apontadas como um bom método quando precisamos saber o que é que um grupo de pessoas pensa, como interpreta uma série de eventos ou o que fizeram ou planejaram fazer. As entrevistas serão complementadas com uma análise de conteúdo após a recolha dos elementos de informação.

Devido a dispersão geográfica das IES portuguesas (tabela 4), como método quantitativo será aplicado um questionário online junto aos alunos estrangeiros, para identificar o papel das redes sociais como ferramenta de captação de estudantes internacionais. Um dos objetivos do questionário será levantar dados sobre o perfil dos estudantes estrangeiros, o percurso digital utilizado em sua busca por informação e qual o papel que as redes sociais desempenharam neste processo. De forma a garantir a colaboração das várias IES listadas na tabela 4, será requerida a participação aos responsáveis, explicando-lhes o enquadramento, âmbito e importância deste estudo.

Quivy & Campenhout (2005, p.189) apontam que o instrumento de coleta de dados é especialmente adequado para “a análise de um fenómeno social que se julga poder apreender melhor a partir de informações relativas aos indivíduos da população em questão”. A utilização do questionário online se justifica devido ao seu baixo custo de implementação, rapidez de resposta, facilidade de preenchimento pelos estudantes, rapidez no tratamento e análise dos dados e pela grande área geográfica que deverá ser abrangida pelo estudo. Schleyer e Forrest (2000, p.416) relatam que os questionários

online possuem determinadas vantagens como a facilidade de acesso, a distribuição imediata, os custos reduzidos e a capacidade de chegar a praticamente todo o mundo, com um mínimo de custos e de tempo. Os dados do referido questionário serão trabalhados através de análise estatística pelo software SPSS. Gil (2008) reforça esta perspectiva, pois afirma que o questionário pode ser realizado com pouco ou mesmo nenhum gasto com recursos humanos, além de garantir o anonimato das respostas, permitir que as pessoas respondam na altura que lhes for mais conveniente, e não expor os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado.

Do ponto de vista de seus objetivos essa pesquisa pode ser definida como descritiva, pois “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2008, p.48). O autor assinala que pesquisa descritiva envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados como o questionário e a observação sistemática.

6.1 População

Para cumprir com os objetivos propostos, a população do questionário será restrita aos alunos estrangeiros dos cursos de pós-graduação (Mestrado e Doutorado) das Instituições Públicas de Ensino Superior de Portugal. A seleção da amostra será não probabilística por conveniência, definida por Mattar (1996) como aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo.

A seleção das instituições foi feita através do site da da Direção-Geral do Ensino Superior - Serviço central do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (DGES) que tem por missão assegurar a “conceção, a execução e a coordenação das políticas que, no âmbito do ensino superior, cabem àquele ministério” (www.dges.gov.pt/). A lista retirada do site apresentou 14 Universidades Públicas de Ensino Superior em Portugal:

Universidade Pública
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
Universidade Aberta
Universidade da Beira Interior
Universidade da Madeira
Universidade de Aveiro
Universidade de Coimbra
Universidade de Évora
Universidade de Lisboa
Universidade de Trás-os-montes e Alto Douro
Universidade do Algarve
Universidade do Minho
Universidade do Porto
Universidade dos Açores
Universidade Nova de Lisboa

Tabela 4 - Relação das Universidades Públicas Portuguesas (DGES, 2017).

Para esta investigação, optou-se centrar a pesquisa no ensino universitário e mais especificamente no segundo e terceiro ciclo de estudos: mestrado e doutoramento. De acordo com o DGES (2017), o ensino superior português:

“organiza-se num sistema binário, que integra o ensino universitário e o ensino politécnico e tem uma estrutura assente em 4 ciclos: um ciclo de estudos de curta duração, que não confere grau académico e três ciclos de estudos conducentes aos graus académicos de licenciado, mestre e doutor”.

Enquanto o ensino universitário inclui as universidades, os institutos universitários e outros estabelecimentos de ensino universitário, o ensino politécnico compreende os institutos politécnicos e outros estabelecimentos de ensino politécnico.

O ensino universitário é orientado por uma perspetiva de promoção de investigação e de criação do saber e visa assegurar uma sólida preparação científica e cultural e proporcionar uma formação técnica que habilite para o exercício de atividades profissionais e culturais e fomenta o desenvolvimento das capacidades de conceção, inovação e análise crítica. O ensino politécnico é orientado por uma perspetiva de investigação aplicada e de desenvolvimento, dirigido à compreensão e solução de problemas concretos e visa proporcionar uma sólida formação cultural e técnica de nível superior, desenvolver a capacidade de inovação e de análise crítica e ministrar conhecimentos científicos de índole teórica e prática e as suas aplicações com vista ao exercício de atividades profissionais (DGES, 2017).

Com relação a mobilidade académica, a pesquisa abrangerá tanto situações de mobilidade parcial (apenas uma parte do ciclo académico. Ex: mestrado e/ou doutorado sanduíche) quanto de mobilidade integral (realização do ciclo de estudos completo em Portugal).

7. Resultados esperados

Na atual era digital, é imperativo identificar e compreender as transformações que emergem das novas práticas e novas relações que ocorrem no ciberespaço. Não somente para teorizar e investigar sobre as transformações ocorridas no mundo virtual, mas também para, efetivamente, compreender o potencial das redes sociais e seus efeitos em uma sociedade hiperconectada. Com relação às IES, é possível afirmar que o fenómeno da marketização produziu consequências diversas. A pesquisa pretende abordar pelo menos quatro desses fatores:

(1) A necessidade de adaptação econômica dos departamentos de comunicação das Universidades Públicas de Ensino Superior frente a nova realidade de diminuição dos investimentos públicos na educação; (2) O aumento na utilização das redes sociais como ferramenta de marketing digital voltada à captação de estudantes; (3) O investimento na imagem da universidade como fator intangível de posicionamento e projeção internacional; (4) A necessidade de um esforço para identificar, conectar e interagir com o novo perfil de estudante que surgiu nos últimos anos.

Devido ao corte dos investimentos governamentais na educação superior, as universidades não tiveram outra opção senão definir novos caminhos e estratégias para lidar com essa nova realidade econômica. Nesta perspectiva, consideramos da maior importância compreender o potencial das redes sociais virtuais, não somente para estudos posteriores na área, como também para a definição de estratégias de comunicação digital que possam ser consideradas relevantes, ajudando no diagnóstico de oportunidades e de novos mercados para as IES.

Este projeto de pesquisa espera contribuir para a literatura de Comunicação Organizacional quanto as Instituições de Ensino Superior, especialmente através de sua perspectiva voltada para as redes sociais. No campo teórico, objetiva fornecer alguns elementos que exploram as transformações do processo digital que envolveu os departamentos de comunicação e marketing das universidades. No campo empírico, esta exploração se propõe a contribuir com sua perspectiva e com os benefícios envolvidos no correto planejamento de ações estratégicas em um mundo hiperconectado.

8. Referências Bibliográficas

Aberbach, Joel D. Rockman. Bert A. (2002). *PS: Political Science and Politics*. Vol. 35, No. 4 (Dec., 2002), pp. 673-676

Bennett, R. Ali-Choudhury, R., (2009), Prospective Students' Perceptions of University Brands: An Empirical Study. *Journal of Marketing for Higher Education*, vol.19, no.1, p.85.

Bhat, Lakshmipathy. The new advertising a primer for brands. Acedido em: <http://pt.slideshare.net/lbhat/the-new-advertising-a-primer-for-brands>

Böhm, Anthony (2002). Global Student Mobility 2025: Forecasts of the Global Demand for International Higher Education. Acedido em: www.foresightfordevelopment.org/sobipro/55/333-global-student-mobility-2025-forecasts-of-the-global-demand-for-international-higher-education

British Council (2012). The shape of things to come: higher education global trends and emerging opportunities to 2020. Acedido em: www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_shape_of_things_to_come_higher_education_global_trends_and_emerging_opportunities_to_2020.pdf

- Brown, Roger (2015). The marketization of higher education: issues and ironies. *New Vistas*. Volume 1 Issue 1. Acedido em: http://www.uwl.ac.uk/sites/default/files/DepartmentsResearch/new_vistas/vol1_iss1/vol1_iss1_art1_23April2015.pdf
- Carrillo, Maria Victoria (2014) Comunicação Estratégica no ambiente comunicativo das organizações atuais. *Comunicação & Sociedade*, vol. 26, 2014, pp. 71 - 80. DOI: [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.26\(2014\).2025](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.26(2014).2025)
- Castells, M. (1996) *The Rise of the Network Society*, Cambridge, MA, USA: Blackwell Publishers, Inc.
- Chen, L. (2008). Internationalization or international marketing? Two frameworks for understanding international students' choice of Canadian universities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 1–33.
- De Wit, Hans (2002). *Internationalization of Higher Education in the United States of America and Europe: A Historical, Comparative, and Conceptual Analysis*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Diehl, Astor Antonio (2004). *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Prentice Hall.
- DGES. *Relação das Universidades Públicas de Portugal*. Acedido em: https://www.dges.gov.pt/pt/pesquisa_cursos_instituicoes
- Drury, Glen (2008), “Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively?” *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, Vol. 9, 274-277
- Duffy, Mary E. (1995). Methodological triangulation, a vehicle for merging quantitative and qualitative research methods. In *Journal of Nursing Scholarship*, 19(3), 1987, pp. 130-133
- European Parliament (2015). *Internationalisation of Higher Education*. Acedido em: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU\(2015\)540370_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU(2015)540370_EN.pdf)
- Eurostat (2017 a). *Level of internet access - Households*. Acedido em: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/statistics-illustrated>
- Eurostat (2016 b). *Almost 8 out of 10 internet users in the EU surfed via a mobile or smart phone in 2016*. Acedido em: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf/f023d81a-dce2-4959-93e3-8cc7082b6edd>

- Gil, Antonio Carlos (1996). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Gray, J.B., Fam, K.S. and Llanes, V.A. (2003) 'Branding Universities in Asian Markets', *Journal of Product & Brand Management* 12(2): 108–20.
- Grewal, D., & Levy, M. (2016). *Marketing* (5th ed.). Burr Ridge, IL: McGraw-Hill/Irwin.
- Hénard, F.; Diamond, L.; Roseveare, D. (2012). Approaches to Internationalization and their Implications for Strategic Management and Institutional Practice, A guide for Higher Education Institutions. OECD – IMHE. Acedido em: <https://www.oecd.org/edu/imhe/Approaches%20to%20internationalisation%20-%20final%20-%20web.pdf>
- Internet Live Stats (2017). *Internet Users in Portugal*. Acedido em: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/portugal/>
- IAU (2015 a). *Three top-ranked benefits of internationalisation – regional results*. IAU 4th Global Survey . Acedido em: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU\(2015\)540370_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU(2015)540370_EN.pdf)
- IAU. (2003 b). Internationalization of Higher Education Practices and Priorities: 2003 IAU Survey Report.
- Jager, J. W., & Jan, M. T. (2015). Antecedents of customer satisfaction in the higher education institutions of South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 13(3) 91-99.
- Knox S, Bickerton D (2003). The six conventions of Corporate Branding. *Eur. J. Market.* 37(7):98-106.
- Keller, D. L. (2002). Building, measuring, and managing brand equity. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Knight, J. (1999 a). Internationalization of higher education. In J. Knight (Ed.) Quality of internationalization in higher education Paris, OECD. p.13-18.
- Knight, J. (2004 b). Internationalization remodeled: Definitions, rationales and approaches. *Journal for Studies in International Education* 8(1), 5–31.
- Knight, J. (2007 c). Internationalisation. Key Concepts and Elements. International Handbook of Higher Education. Springer, The Netherlands.

- Kotler, P. Keller, K.L. (2009) *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Mayr, A. (2008). Introduction. In A. Mayr (Ed.), *Language and Power: An Introduction to Institutional Discourse* (pp. 1-25). London; New York: Continuum.
- Marktest (2016). Smartphone continua a crescer em Portugal. Acedido em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~2046.aspx>
- Martins, M. L. (2015 a). “A liberdade académica e os seus inimigos”. *Comunicação Sociedade*, vol. 27, 2015, pp. 405 - 420. doi: [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc27\(2015\)2109s](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc27(2015)2109s)
- Martins, M. L. (2012 b). “A política científica e tecnológica em Portugal e as ciências da comunicação: prioridades e indecisões”. In: Kunsch, M. & Melo, J. M. (Org.). *Comunicação Ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. 1ed. São Paulo: Confibercom & Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, v. 1, pp. 331-345. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/23931>
- Mattar, Fauze Najib. *Pesquisa de Marketing – Metodologia e Planeamento*. São Paulo: Atlas, 1996.
- Mitchell, Douglas E. Nielsen, Selin Yildiz (2012). Internationalization and Globalization in Higher Education. DOI: <http://dx.doi.org/10.5772/48702>
- Morosini, M.C. Estado do conhecimento sobre internacionalização da educação superior - conceitos e práticas. *Revista Educar*, n. 28, 2006.
- Neves, José Luis (1996). Pesquisa Qualitativa - Características, usos e possibilidades. *Caderno de Pesquisas em Administração*. São Paulo, v1, n, 3, 1996. Acedido em: http://ucbweb.castelobranco.br/webcaf/arquivos/15482/2195/artigo_sobre_pesquisa_qualitativa.pdf
- Paulo, Isabel (2016). Ensino Superior: Portugal trava tendência de desinvestimento público. *Expresso*. Acedido em: <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-10-06-Ensino-Superior-Portugal-trava-tendencia-de-desinvestimento-publico>
- Portugal (2014). Ministério da Educação. Uma estratégia para a internacionalização do ensino superior português. Acedido em: <http://www.portugal.gov.pt/media/1545745/201450926%20mec%20Internacionalizacao%20Ensino%20Superior.pdf>

- Richardson, Roberto J. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Ruão, Teresa (2011 a). Publicitar o Ensino Superior: modernidade ou inconveniência? *Comunicação e Sociedade*, vol. 19, 2011, pp. 145-159. Acedido em: <http://hdl.handle.net/1822/8841>
- Ruão, Teresa (2008 b). *A Comunicação organizacional e os Fenómenos de Identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*.
- Braga, Portugal. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho. Acedido em: <http://hdl.handle.net/1822/8841>
- Ruão, Teresa (2009 c), 'Marketing Communication Models In Portuguese Public Universities', Scientific Conference ICHM - 4th International Conference On Higher Education Marketing, 1st - 3rd April, University of Minho - Portugal.
- Schleyer, T. K. L., Forrest, J. L. (2000). 'Methods for the Design and Administration of Web-based Surveys'. *Journal of the American Medical Informatics Association*, Vol. 7 (Nº 4): pp. 416-425.
- Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together*. USA: Penguin Books Ltd.
- Strunck, Gilberto (2001). *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books.
- Toffler, Alvin. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York, NY: Bantam.
- Tvi24. (2016). *Uso das redes sociais em Portugal triplicou em sete anos*. Acedido em: <http://www.tvi24.iol.pt/tecnologia/estudo/uso-das-redes-sociais-em-portugal-triplicou-em-sete-anos>
- UNESCO (2017). *Global Flow of Tertiary-Level Students*. Acedido em: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>
- Venkatesh, Raman. (2015) *5 Key Benefits of Social Media for Higher Education Institutions*. Acedido em: <https://www.linkedin.com/pulse/5-key-benefits-social-media-higher-education-venkatesh-raman>.

O USO DAS REDES SOCIAIS NO COTIDIANO ESCOLAR E O IMPACTO NAS (RE)SIGNIFICAÇÕES DA AUTORIDADE DOCENTE

ADRIANA DIAS DE OLIVEIRA
Universidade de Évora/PUCSP
drica_dias@hotmail.com

Resumo

Pretende-se com este artigo discutir os resultados de um estudo comparativo sobre a autoridade docente realizado com professores do ensino secundário de duas escolas públicas, São Paulo-Brasil e Lisboa-Portugal, no qual o uso das redes sociais no cotidiano escolar aparece de modo ambíguo: às vezes como uma afronta a esta autoridade e, portanto rechaçado pelos professores, e outras vezes percebido como uma possibilidade de aproximação entre alunos e professor e assim, auxiliador no processo de ensino-aprendizagem.

Deste modo, a utilização das redes sociais no cotidiano escolar tem diferentes percepções entre os professores pesquisados, todavia apresenta-se como um desafio constante, pois inserida no atual contexto da “crise da educação”, sendo esta aqui compreendida como a dificuldade da instituição escolar em exercer a sua função social de acolher o novo que as gerações jovens trazem e, concomitantemente, inseri-las em um mundo já velho quando estas gerações aqui chegaram (Arendt, 2001).

A pesquisa apresenta uma de possíveis análises das representações dos professores sobre as redes sociais na escola e a sua relação com a autoridade docente. No entanto, acreditamos que esta pode contribuir para uma melhor compreensão do lugar que as redes sociais ocupam no interior da escola, clareando os desafios que a complexidade da realidade escolar contemporânea nos impõe, bem como as especificidades de cada lugar analisado.

Palavras-chave: Redes sociais; Autoridade docente; Formação de professores.

Abstract

The aim of this article is to discuss the results of a comparative study on the teaching authority carried out with high school teachers from two public schools, São Paulo-Brazil and Lisbon-Portugal, in which the use of social networks in daily school life appears Ambiguous: sometimes as an affront to this authority and therefore rejected by teachers, and other times perceived as a possibility of approximation between students and teacher and thus, a helper in the teaching-learning process.

Thus, the use of social networks in daily school life has different perceptions among the teachers studied, however presents itself as a constant challenge, since it is inserted in the current context of the "crisis of education", which is understood here as the difficulty of the school institution In exercising its social function of welcoming the new that the young generations bring and, at the same time, inserting them into an already old world when these generations have arrived (Arendt, 2001).

The research presents one of the many possible analyzes of teachers' representations about social networks in school and its relationship with the teaching authority. However, we believe that this can contribute to a better understanding of the place that social networks occupy within the school, clarifying the challenges that the complexity of contemporary school reality imposes on us, as well as the specifics of each place analyzed.

Keywords: Social networks; Teaching authority; Teacher training.

1. **Redes sociais: considerações conceituais e potencialidades**

Para alcançarmos os objetivos do presente artigo, qual seja, analisar as percepções de professores sobre o uso das redes sociais na escola, achamos por bem, em um primeiro momento discutir os conceitos e as potencialidades das redes sociais afim clarear as diversas compreensões que esta foi adquirindo ao longo do tempo, bem como a que possui no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo nos países ocidentais, em particular Brasil e Portugal.

Segundo Castells (1999), a “sociedade em redes” é caracterizada pelo surgimento de novas formas de relações entre economia, Estado e sociedade que surgem potencialmente nas sociedades ocidentais com a revolução da tecnologia da informação e o advento da internet que dela decorre. Este momento histórico, segundo o autor, ocasiona profundas modificações nas relações humanas tal como ocorreu no passado quando da passagem do mundo agrário para o mundo industrial, isto porque na época da sociedade em redes, muitas das esferas das atividades humanas passam a ser remodeladas, gerando novos modos de ser e agir, agora em redes.

Influenciado por uma leitura marxista da sociedade na qual "as sociedades são organizadas em processos estruturados por relações historicamente determinadas de produção, experiência e poder" (Castells, 1999, p. 33), o autor enfatiza que tais transformações estão inseridas no contexto de construção do sistema capitalista avançado e no desenvolvimento da internet que, embora tenha surgido na sociedade americana no final da década de 1970, tem seu uso globalizado atualmente.

Todavia, a que se ressaltar, como o faz Castells, que a integração da lógica da sociedade em rede ocorre em temporalidades diversas de acordo com o país em questão e a relação deste com a reestruturação do capitalismo. Isto é, a despeito da evidente influência das redes sociais na vida cotidiana, está se dá de formas e em contexto distintos, em conformidade com as especificidades do lugar em questão, pois há que se considerar a história e a cultura dos lugares envolvidos.

Ela [sociedade em redes] originou-se e difundiu-se, não por acaso, em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente desse processo de transformação é capitalista e também informacional, embora apresente variação histórica considerável nos diferentes países, conforme sua história, cultura, instituições e relação específica com o capitalismo global e a tecnologia informacional. (Castells, 1999, p. 50).

Apesar de considerar as diversidades que há entre os diversos países, o fenômeno da instantaneidade que as novas tecnologias proporcionam, entre outras consequências, permite o encurtamento do tempo e o alongamento do espaço, já que é possível a conexão entre lugares distintos e em um tempo quase instantâneo, permitindo que a informação que é gerada, processada e transmitida pelas redes estejam em constante transformação.

Esta volatilidade da informação, seu constante construir, desconstruir e construir novamente, em um processo perpétuo de inovação, passa a ser uma das características da força produtiva e de poder, pois possibilita a incorporação de conhecimentos nos bens e serviços produzidos e comercializados.

A informação, como difusora do progresso técnico e inserida na lógica capitalista, passa a ser percebida como fonte de competitividade, produtividade e lucratividade, incentivada pelo Estado a fim de impulsionar o desenvolvimento econômico. Neste sentido, a composição socioeconômica do informacionalismo (Castells, 1999, p. 64-65), ou a informação mediada pelo mundo digital, pode ser vista de modo ambíguo, ora como tendo um aspecto democratizante de acesso à informação para aqueles que tem acesso às redes onde esta circula, ora tomada como promotora de exclusão por parte daqueles que não participam da sociedade informacional em rede.

Seja por meio da possibilidade de participação, seja pelo fato de estar à margem das redes sociais, fonte integradora e geradora de informação, a dinâmica da sociedade tecnizada e globalizada acaba por afetar o modo de produção do social, penetrando em diversos aspectos das atividades humanas e transformando radicalmente as múltiplas esferas da vida social quando comparado com as existentes na sociedade industrial.

A esta inovação tecnológica associada à difusão da informação e a relação em redes que mantém com empresas, organizações e instituições acabam por formar um novo

paradigma sociotécnico (Castells, 1999, p. 77), no qual o sistema social está aberto, sem constante transformação, mas que apesar disso, mantém inalterado suas propriedades intrínsecas.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. (Castells, 1999, p. 499).

Na mesma direção, o também sociólogo espanhol Requena (1989, p.137), analisa as redes sociais como conjunto de nós interconectados, ou nas suas palavras “como um conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades”. No entanto, o autor alerta que as redes sociais nem sempre foram assim concebidas, pois seu conceito é uma construção histórica, tendo aparecido nas Ciências Sociais já nas décadas de 1930 e 1940 por alguns antropólogos que tinham uma visão “metafórico ou estruturante” de redes.

No presente estágio do capitalismo avançado, o sociólogo (1989) enfatiza a importância de se analisar as redes sociais da perspectiva das relações que os atores mantêm no interior da rede, buscando ir além do aspecto estrutural que estas possuem. A ênfase recai sobre a compreensão sociológica analítica da ação dos sujeitos que pode ser de dependência ou de autonomia, conforme a posição, acessibilidade e intensidade ocupadas.

A complexidade dos vínculos entre as pessoas ou grupos, e as repercussões destes com as relações sociais que possuem com os demais atores envolvidos, resulta em redes sociais abertas e dinâmicas, condizentes com a fluidez que vivemos, uma das características da contemporaneidade (Bauman, 2001).

Ainda sobre a importância de conceber as redes sociais de modo analítico e não metafórico, isto é, enfatizando a ação dos sujeitos implicados em uma variedade de situações sociais ao invés de uma percepção abstrata estruturante, Requena afirma:

El interés por separar radicalmente estos dos usos del término red es que si se le considera de un modo analítico, entonces el describir como

personas o grupos a los nudos de una red implica que entre ellos los vínculos (unión entre nudos) existentes complen una serie de propiedades que repercuten sobre los diferentes aspectos de las relaciones sociales entre los actores de la red.[...]. Por tanto, el simple uso metafórico de la voz "red" resulta bastante pobre o de muy poca utilidad desde el punto de vista del análisis social. (Requena, 1989, p. 138).

As redes sociais então, passam a ser concebidas como base para a multiplicidade de relações, mais ou menos duradouras, que podem ser construídas nos diversos contextos sociais e nas quais os atores se veem envolvidos, seja de forma concreta, isto é, com a finalidade de atingir determinado objetivo, seja de forma difusa.

De qualquer forma, as diferentes posições ocupadas pelos atores acabam por formar vínculos entre estes que advém de pequenas relações pessoais multifacetadas, sendo que estas por sua vez também se comunicam com outras relações, constituindo redes sociais integradoras, resultando em uma estrutura social relacional.

Assim, tanto na metodologia relacional da análise das redes sociais proposta por Requena (1989) quanto na leitura estrutural da sociedade em redes apresentada por Castells (1999), as redes sociais apresentam-se como fontes integradoras de uma nova ordem mundial condizente com o atual estágio do capitalismo tal como se apresenta nas sociedades ocidentais, e portanto, tendo sua influência para além do universo digital, tendo-se que diferenciar redes sociais das ferramentas digitais que podem ou não proporcionar a efetivação de redes.

A inserção do indivíduo em diversos círculos sociais por meio da tecnologia digital, propicia uma pluralização da pessoa pois há a conexão com múltiplas identidades. Assim, universos com papéis sociais anteriormente diferentes e separados, como a família, trabalho e escola, agora aparecem interligados, compondo a heterogeneidade que permeia o mundo da modernidade líquida (Bauman, 2001).

Também a percepção do tempo e do espaço se alterou, pois, com apenas um toque pode-se conectar com pessoas e culturas em lugares distantes e com uma velocidade inédita. Esta reconfiguração que se estabelece com o mundo e com os outros, possibilita a transposição de limites geográficos e hierárquicos, podendo inclusive serem as redes sociais digitais potencializadoras de um pensar reflexível sobre estar no mundo.

A construção de um saber crítico propiciado pelas redes sociais digitais pode ser concedida pelo novo modo como nos comunicamos e a efetivação da auto comunicação de massa que desestabiliza relações de poder, podendo ser elementos catalisadores e potencializadores de mudanças (Castells, 2003). Isto ocorre porque, por meio das redes sociais digitais o sujeito escolhe, compartilha e reconfigura as informações e conteúdos disponíveis, tendo uma atitude ativa que, sendo de interação ou de confrontação, é de autoria.

Assim, as redes sociais digitais podem propiciar novos espaços e modos de adquirir e trabalhar com o conhecimento nos quais o indivíduo é protagonista, pois pode criar e recriar produções e debates, levando-o a entender e ampliar a percepção de si e do mundo, servindo as redes sociais digitais como fontes integradoras e transformadoras do conhecimento.

Este aspecto revolucionário das redes sociais digitais parece estar longe de deixar de ser um tema polêmico no interior do campo sociológico. No entanto, mesmo admitindo a importância de se inserir as redes sociais digitais no contexto de aumento das desigualdades sociais que o capitalismo globalizado fomenta, admitimos com Castells, que as redes sociais digitais podem sim possibilitar novos laços sociais e novas formas de construir e possuir conhecimentos e que refutar ou ignorar a sua abrangência na vida dos sujeitos sociais pode significar a sua exclusão social, nas palavras do autor: “De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa acultura” (Castells, 2003, p.8).

Todavia, se as redes sociais podem assumir o lugar de promotoras da socialização e produtoras do conhecimento, papéis estes historicamente depositados à instituição escolar, como esta percebe as mudanças que aquelas provocam? Como os professores, enquanto representantes da escola, concebem as redes sociais digitais nas suas práticas cotidianas de ensino e aprendizado na sala de aula?

Mais uma vez com Castells (2003), concordamos que, fazendo ou não parte das redes sociais digitais, estas são partes constitutivas de nossas vidas, no qual o *on-line* e *off-line* se inter-relacionam, e também com Morin (2010) para quem a educação tem como propósito ligar saberes e lhes dar significado, mas também com Freire (1997) ao

afirmar que a educação emancipadora é aquela que está conectada com a realidade pungente do sujeito, capaz de lhe conferir autonomia, introduzindo o componente ético que toda educação contém, importa-nos analisar como a escola e, particularmente os professores, se relaciona ou não com as redes sociais digitais enquanto demandas dos atores escolares bem, como da nossa contemporaneidade.

Diante do exposto, a seguir discutiremos uma pesquisa empírica realizada com professores com o objetivo de compreender a representação social que possuem do uso das redes sociais digitais na instituição escolar e como estas influenciam ou não na autoridade docente.

2. Representações sociais dos professores sobre o uso das redes sociais digitais em contexto escolar

Os resultados de pesquisa ora apresentados são constitutivos de um trabalho mais amplo e complexo desenvolvido ao longo do doutoramento sobre a autoridade docente no qual a uso das redes sociais digitais na escola foi apontado com um dos aspectos que influenciam no exercício da autoridade dos professores.

Vale ressaltar que a pesquisa bibliográfica utilizada ancorou-se principalmente nos pensadores das Ciências Sociais como Arendt (2001) e Sennett (2001), mas também por autores de outras áreas do conhecimento tais como a História e a Filosofia, de modo a garantir um olhar interdisciplinar que os estudos das redes sociais e da autoridade docente exigem.

A autoridade é aqui compreendida com sendo como uma referência simbólica que torna a palavra dos professores significativa. O professor é uma figura que merece ser ouvida, pois tem algo relevante a ensinar. Trata-se, portanto, não de uma mera obediência, mas do reconhecimento do direito legítimo que o professor possui na sua capacidade de influenciar ou orientar o caminho a ser seguido, pois a autoridade a ele outorgada ultrapassa interesses individuais e relaciona-se com o bem comum.

Partindo-se do pressuposto de que a autoridade é importante para a efetivação da educação (Arendt, 2001), torna-se importante considerar que esta é historicamente construída para poder melhor compreender seus contornos no contexto da crise da educação na contemporaneidade.

A esta crise da educação, a autora denominou como sendo a dificuldade da instituição escolar em exercer a sua função social de acolher o novo que as gerações jovens trazem e, concomitantemente, inseri-las em um mundo já velho quando estas gerações aqui chegaram (Arendt, 2001)

Assim, autoridade docente está inserida no contexto atual da crise da educação escolar e na dificuldade desta instituição em acolher as novas demandas que a sociedade contemporânea apresenta, entre elas o uso das redes sociais digitais em contextos escolares.

Neste sentido, tratar as representações sociais que os professores possuem do uso das redes sociais digitais na escola, nos remete ao questionamento da própria função social desta instituição na contemporaneidade, ou ainda nas palavras de Nóvoa (2009, p. 5) “Em rigor, o que se nos coloca é um problema de sentido. Para que serve a escola nas sociedades contemporâneas? As respostas do passado já não nos servem e temos dificuldade em encontrar respostas novas.[...] Hannah Arendt escreveu que uma crise apenas se torna catastrófica se lhe respondermos com ideias feitas, isto é, com preconceitos. Tinha razão”.

Sobre a pesquisa empírica, esta teve o cunho qualitativo e configurou-se como um estudo de caráter exploratório utilizando-se múltiplos instrumentos de coleta de dados. Os sujeitos da pesquisa foram professores da escola pública do ensino secundário, nas cidades de São Paulo e Lisboa, procurando abarcar professores e professoras, bem como as diversas áreas de conhecimento, ciências, humanas e linguagens.

A pesquisa foi realizada basicamente em três situações:

Primeiramente, uma fase exploratória com a presença da pesquisadora na sala dos professores que permitiu a aproximação com estes e a permissão espontânea para a entrada na sala de aula, seguida de uma etnografia escolar realizada na escola brasileira, a qual foi possível conhecer melhor o campo escolar.

Em um segundo momento, alguns professores do primeiro ano foram escolhidos segundo a combinação de critérios como sexo, disciplina, configuração trabalhista com a escola, tempo de docência, entre outros, e sistematicamente acompanhados principalmente durante as aulas. Após alguns dias de observação das classes, os

professores foram convidados para participar das entrevistas em profundidade com guião de perguntas semiestruturadas e no qual as redes sociais digitais e a autoridade docente eram questionadas.

Os professores apresentaram pouca disponibilidade de horário, principalmente os professores portugueses, demonstrando certa resistência e desconfiança com o anonimato e divulgação da pesquisa, o que dificultou a realização linear das entrevistas. No entanto, as entrevistas foram realizadas em diversas ocasiões informais como durante as aulas, intervalos, almoços, recreios ou quando havia alguma ‘janela’ de aula. É interessante salientar que era nestas ocasiões fortuitas que muitas vezes os professores, tanto portugueses quanto brasileiros, manifestavam de modo espontâneo seus pensamentos, valores e julgamentos sobre o uso das redes sociais e a relação que faziam com a autoridade docente.

Por último, mas igualmente relevante, foi pedido aos entrevistados que respondessem aos cenários pedagógicos nos quais eram apresentadas cenas observadas na primeira etapa da pesquisa (etnográfica) e as quais apresentavam “zonas de conflito” entre professores e alunos na sala de aula. A estas situações problemáticas foram apresentadas quatro possibilidades de resolução, as quais pedia-se aos respondentes que classificasse de acordo com a resolução que considerava mais justa até a que era percebida como a menos justa, em uma escala de julgamento. Após este apontamento era pedido ao entrevistado que justificasse a escolha que assinalou como sendo a mais justa para a resolução do conflito apresentado.

A importância de se construir cenários representativos das cenas observadas nas classes auxilia na desconstrução de alguns discursos politicamente corretos que apareciam nas entrevistas, principalmente quando estas eram gravadas.

Vale ressaltar que a metodologia de aplicação de cenários pedagógicos advém de autores da Sociologia Pragmática, especialmente Boltanski (1990, p.97) o qual a pesquisadora teve acesso durante seu estágio de doutoramento na CICS.NOVA– Lisboa. Segundo este autor, os sujeitos têm a capacidade de resolver os conflitos que a convivência social apresenta sobre princípios de justiça os quais colocam em prática.

Entre as 4 cenas que compõem os cenários pedagógicos, duas estão diretamente relacionadas com o uso das redes sociais digitais em sala de aula: cenário 1, o mostra o

conflito diante do uso de mídias para conversar com colegas ou amigos da classe ou fora dela e o cenário 4, no qual o uso da internet serve de fonte de pesquisa “verificar” o que está sendo trabalhado em sala pelo professor.

A análise considerou os instrumentos de coleta de dados utilizados (anotações no caderno de campo, gravações das entrevistas, escolhas e principalmente as justificativas das respostas contidas nos cenários), mas também as conversas informais, os comentários ao acaso, resistências e dificuldades encontradas ao longo deste processo.

A reflexão analítica procurou identificar na experiência vivida na sala de aula, práticas pedagógicas realizadas pelos professores, que os mobilizem a participar do processo de ensino-aprendizagem, ao mesmo tempo em que promove nestes o regramento de comportamentos.

Consideramos que as ações dos envolvidos possam mobilizá-los a ajustar suas habilidades e competências a fim de adequar-se às situações cotidianas e promover julgamentos com base moral de forma a alcançar acordos legítimos que possam conciliar, mesmo de modo provisório e inconstante, tanto a autoridade docente quanto a autonomia discente.

O método de análise de conteúdo foi a ferramenta utilizada para compreender o discurso declarado e demonstrado pelos atores sociais pesquisados, procurando identificar nele unidades de análise a partir das quais foi possível reconstruir conexões significativas sobre a interpretação que o grupo tinha da autoridade docente (Bardin, 1977).

Mesmo estando em consonância com a modernidade líquida (Bauman, 2001) que vivemos, na qual os grupos de professores estão em constante transformação, podendo um mesmo professor apresentar diferentes performances de acordo com a classe, escola, etc, a análise de cunho qualitativo ora apresentada refere-se a aspectos que pouco variam, pois relacionam-se com a responsabilização ou não que o professor possui em com o ato educativo.

3. Percepções sobre as Redes Sociais digitais: com a palavras os professores

A análise dos resultados levou em conta a diversidade do grupo pesquisado, procurando compreender a lógica de ordenação entre eles. Diante disso, foi possível construir quatro com modelos normativos de ação: (1) cenário autoritário; (2) cenário burocrático; (3) cenário permissivo e (4) cenário democrático. No entanto, há que se dizer que a criação destes grupos não se trata propriamente de uma novidade já que outros autores, entre eles Guillot (2008), utilizaram-se de tipos explicativos para a análise dos dados em suas pesquisas.

Deste modo, a seguir apresentamos as principais representações sociais de cada um dos quatro grupos de professores¹ em relação ao uso das redes sociais digitais em contexto escolar.

3.1 Professor Autoritário

Considerando como eixos principais de análise as funções sociais da instituição escolar que faz desta um lugar diferenciado na sociedade, ou seja, concomitantemente iniciar os jovens ao mundo da cultura (transmissão) e ao mundo comum (socialização), o primeiro grupo de professores analisado é composto por docentes que tem como preocupação principal a transmissão de conteúdos disciplinares e pouca atenção ao aspecto socializador.

Trata-se de um professor envolvido com o processo de formação do aluno, pois possui domínio científico da disciplina que leciona, planeja as aulas e explica a matéria. Em relação à socialização, este professor mostra-se rigoroso com a disciplinarização dos corpos, procurando manter o ‘controle da classe’, não permitindo ‘distrações’ e nem ‘conversas paralelas’.

Diante de uma aluna que utiliza as redes sociais digitais através do telemóvel na sala de aula, o professor autoritário avalia este acontecimento como um desinteresse pelo que está a ensinar e até uma afronta a sua pessoa. Portanto, para ele esta atitude deve ser repreendida e o aluno penalizado.

¹ Foi mantida a confidencialidade e o anonimato dos professores entrevistados.

Com a palavras, os professores entrevistados:

“Elas [redes sociais digitais] vem nos questionar de um modo pejorativo. Mas algumas vezes são um mal necessário” (professor Brasil).

“Os alunos sabem que não pode [usar as redes sociais na classe], mas querem te desafiar” (professor, Portugal).

Furlani (2012) lembra que a autoridade Autoritária está relacionada com os resquícios da educação religiosa e militar que influenciou por muitos anos o ambiente escolar e cuja base estaria ancorada na obediência e não no respeito e na confiança. Deste modo, haveria sempre um movimento de repúdio a tal autoridade que seria combatido por outros instrumentos de coação, criando-se um círculo vicioso no qual a autoridade autoritária seria aceita não pelo reconhecimento de sua competência, mas sim, por não haver alternativas a ela.

Sobre o professor Autoritário, então, podemos afirmar ser um professor envolvido com a transmissão de conteúdos, exercendo sua autoridade pautada na sólida formação que possui e responsabilizando-se pelo ensino. No entanto, ele tem dificuldades em acolher os desafios que o uso das redes sociais digitais na escola apresenta, já que as novas tecnologias significam o imprevisível que chega para questionar seu lugar de autoridade baseada no saber.

3.2 Professor Burocrático

O segundo grupo de professores analisado, tem como característica o não envolvimento com o processo educativo, seja com a transmissão de conteúdos, seja com as relações amistosas com os alunos.

O professor Burocrático possui domínio em sua área de conhecimento (como o professor Autoritário), mas focado em cumprir, à risca, as regras burocráticas da escola. Não parece estar preocupado nem com a formação discente nem em estabelecer relações humanas com estes, pois considera sua obrigação limitada a “dar o conteúdo estipulado pelo Estado” e sua atenção está nos aspectos burocráticos da profissão.

Para Guillot, o professor Burocrático é indiferente ao ato de educar, pois

não quer problemas, conflitos que julga ser inúteis. Afirma com facilidade ter feito “o que pôde”: ou se contentou com o mínimo, admitindo-o às vezes como uma tarefa penosa, ou se decepcionou rapidamente com suas expectativas pelas reações da criança ou do adolescente considerado e passa a agir então com indiferença. Ele administra, de longe, o material, mas não quer ouvir nem discutir (Guillot, 2008, p. 81).

Deste modo, podemos afirmar que no grupo dos professores Burocráticos há uma ausência de autoridade já que esta pressupõe a responsabilização pelo educar. Em relação ao uso das redes sociais pelos alunos em sala de aula, este professor a considera como sendo a manifestação da falta de interesse em aprender e um desrespeito a sua figura, situação está a qual responder, não com o confronto como ocorre com o professor Autoritário, mas sim com apatia e desânimo.

Falas dos professores Burocráticos do Brasil e Portugal:

Fingiu não ver e continuou dando a matéria, pois pensou: “*não adianta mesmo. Ela vai continuar no celular. Vou dar aula para quem está interessado*” (professor, Brasil).

“*A gente vê eles mexendo no telemóvel o tempo todo. Não devia ser assim, mas fazer o quê?*” (professor Portugal).

“*Alguns deles não têm modos. Ficam no celular como se estivessem na casa deles ou na rua e não na sala de aula. Se a família não educa, não vou ser eu quem vai ensinar como se comportar. Então, deixo pra lá*” (professora Brasil).

3.3 Professor Amigo

Diferentemente dos dois grupos de professores anteriormente analisados, este tem o laxismo como ponto predominante. Para o professor Amigo, o importante é manter uma relação de cordialidade com os alunos e “não ter problemas” em sala de aula. Para alcançar este objetivo as negociações aproximam-se da permissividade, o que pode resultar na ausência do ato de educar. Assim, e por canal diverso do que ocorre com os professores anteriores, também o professor Amigo não possui a autoridade que Arendt (2001) afirmar ser essencial para que a educação se concretize.

Para o professor Amigo, a função da escola é predominantemente socializar, estando em segundo plano a importância da transmissão de conteúdos. Deste modo, suas aulas são pautadas na improvisação, tendo pouco planejamento. Também não há uma preocupação em atualizar-se profissionalmente, mas sim em possuir um comportamento de proximidade com os estudantes, diluindo qualquer grau de hierarquia.

Nesta perspectiva, as redes sociais em sala de aula e fora dela são utilizadas como canal de comunicação de assuntos não apenas escolares, mas para manter professor e alunos conectados, mesmo quando estão distantes do ambiente escolar. No entanto, embora sintonizados, as redes sociais não são percebidas como catalizadoras do ato de educar e promotoras do conhecimento.

Vale ressaltar que este grupo de professores não foi observado na pesquisa realizada em Lisboa, embora sua existência em São Paulo seja evidente.

“Sabe, eles [os alunos] são jovens e tem outros interesses [além do estudar]. Comigo também era assim. Tem que respeitar” (professor Brasil).

“As redes são geniais. Com elas a gente conversa, brinca e eu fico sabendo no que eles estão interessados” (professora, Brasil).

“Tem dias que eles estão agitados e aí não dá para dar aula. Então, eu fico ali falando com eles” (professora, Brasil).

3.4 Professor Democrático

O grupo dos professores Democráticos é o único dos grupos analisados que possui autoridade tal como Arendt (2001) considera e é adotada neste trabalho. Isto porque este professor está comprometido tanto com a vertente socializadora da educação quanto com a função de transmissão de saberes. Para tanto, sua aula é planejada e ele possui domínio sobre o conteúdo a ser transmitido. No entanto, na sua aula também há espaço para a intervenção dos alunos que contribuem com os saberes já adquiridos ou experimentados.

“Eles [os alunos] também que participar e contribuir com aula. Acho que devo estimulá-los a isso” (professora, Portugal).

“ Os alunos têm conhecimentos. Eles chegam aqui já com uma bagagem e a gente tem que levar em consideração” (professor, Brasil).

“Sabe, é a partir do que eles trazem que eu desenvolvo minha aula. É o ponto de partida para ensiná-los mais” (professora, Brasil).

Em relação as redes sociais em sala de aula, a atitude do professor Democrático também se diferencia em relação os demais professores da pesquisa. Para ele, as redes sociais são uma ferramenta que pode auxiliar na sala de aula. Assim, muitas vezes ela é requerida para fazer pesquisa ou no uso de médias.

A sua utilização para além da função educativa é negociada com os alunos por meio de acordos pedagógicos. Isso porque o professor Democrático considera as redes sociais como partes constitutivas do mundo da modernidade líquida (Bauman, 2001) que oferece uma multiplicidades de relações que estão interligadas e que portanto, podem ser utilizadas dentro dos limites acordados.

“As redes sociais na sala de aula é uma realidade. Não adianta ignorar e nem brigar. Eu procuro negociar, procurar mostrar a utilidade delas” (professora, Brasil).

“ As redes são facilitadoras do aprendizado e muitas vezes tornam a aula mais atrativa para os alunos” (professora, Portugal).

“Eu não vejo problema em os alunos usá-las[as redes sociais digitais]. Eles parecem conctados em muitas coisas ao mesmo tempo e quando você menos espera, aquele aluno que tava no celular faz um comentário interessante na aula. Já aconteceu isso comigo” (professor, Brasil).

Sobre o professor Democrático, então, podemos afirmar ser um professor envolvido com a transmissão de conteúdos, exercendo sua autoridade pautada na sólida formação que possui e responsabilizando-se pelo ensino. Por outro lado, esta autoridade também baseia-se na relação amistosa que mantém com os alunos, procurando desta forma, transmitir mas também acolher saberes. Em relação às redes sociais, estas são percebidas como parceiras de seu fazer profissional seja como instrumento pedagógico, seja como fonte socializadora.

Considerações finais

Neste artigo procuramos discutir a representação dos professores de uma escola pública secundária em São Paulo e outra em Lisboa sobre o uso das redes sociais em contextos escolares e sua relação com a autoridade docente.

A autoridade docente foi aqui concebida como figura simbólica de referência a qual tem algo significativo a transmitir e, portanto, merece ser ouvida. Trata-se da função social do professor em responsabilizar-se pelo ato educativo, isto é, em inserir os jovens em uma sociedade já existente por meio da transmissão da cultura, mas concomitantemente, acolher o novo que as novas gerações introduzem e assim, a própria renovação do mundo (Arendt, 2001).

Neste sentido, a autoridade docente é parte do atual contexto de crise da educação e da dificuldade que a escola encontra em acolher as novas demandas que a sociedade contemporânea apresenta, entre elas o uso das redes sociais digitais no interior desta instituição.

Na pesquisa empírica realizada, as redes sociais digitais em sala de aula tiveram diversas percepções pelos professores analisados que foram divididos em quatro grupo: professor autoritário, burocrático, amigo e democrático.

Os professores Autoritário e Burocrático apresentam resistência à integração das redes sociais digitais em suas aulas, mas por razões distintas. Enquanto o professor Autoritário compreende as redes sociais digitais como uma “ameaça ao seu saber”, fonte de competição e indisciplina, o professor Burocrático percebe as redes sociais digitais como marcas do desinteresse dos alunos em aprender já que “eles são assim mesmo, desinteressados” ou ainda prefere a invisibilidade de seu uso “nem vejo se usam. Dou a minha aula e pronto”.

Quanto ao perfil do professor Autoritário, aqui surge uma diferença significativa entre os docentes brasileiros e portugueses. Entre os docentes brasileiros são os mais jovens que possuem maior resistência à incorporação das redes sociais digitais ao cotidiano escolar. Já para os portugueses, esta recusa é maior entre os docentes mais velhos (idade e tempo de serviço).

Os professores Amigo e Democrático procuram trabalhar com as redes em sala de aula, no entanto, como ocorre com os grupos acima citados, estes também têm concepções diferentes sobre seu emprego na classe. O professor Amigo, considera as redes sociais digitais como constitutiva das diversas relações inter-relacionadas que os alunos têm na contemporaneidade e “é natural que eles queiram estar conectados com o mundo, lá fora. Tudo isso hoje está interligado”, lembrando desta forma, a análise realizada por Requena (1989) das redes sociais como conjunto de nós interconectados.

As redes sociais digitais são concebidas como ferramenta facilitadora de uma maior proximidade com os alunos, bem como entre estes, tendo sua utilização generalizada e banalizada na sala de aula e restringindo-as ao seu aspecto socializador, sem qualquer vínculo com a construção de conhecimento, como ocorre com o professor Democrático.

Esta situação remete-nos à análise que Guillot (2008) faz entre a relação do descompromisso em ensinar, com o “borrotamento” da fronteira entre professor e aluno, impedindo o exercício da autoridade e, portanto, o próprio ato de educar. Vale salientar que este grupo de professor não foi observado entre os professores respondentes da pesquisa na escola portuguesa.

O professor Democrático, para além de reconhecer as redes sociais digitais como importante agente de socialização seja entre o professor e os alunos, seja entre os pares, valoriza as redes sociais digitais como fontes de criação e transformação do conhecimento já que por meio delas as informações são transmitidas, reconstruídas e comunicadas novamente. No entanto, diferente do professor Amigo, o seu uso não é indiscriminado, mas orientado e baseado em critérios estabelecidos no contrato pedagógico aceites pelas partes envolvidas.

Tampouco, o professor Democrático representa as redes sociais como sendo “questionadoras” ao seu conhecimento, como é no caso do professor Autoritário. Ao invés disso, as redes sociais apresentam-se como saberes complementares ao conteúdo exposto pelo professor, procurando desta forma conciliar saberes.

A incorporação das redes sociais digitais apresenta-se como uma oportunidade do aluno construir seu conhecimento, tendo como base o que aprendeu na escola, mas

podendo explorar mais profundamente suas áreas de interesse. “Muitas vezes não conseguimos atender os interesses de todos. Então, peço para pesquisarem na net e depois contem para a classe”.

O professor Democrático também entende as redes sociais digitais como práticas escolares que podem auxiliá-lo a aperfeiçoar seu próprio conhecimento e método de ensino. No entanto, esta é uma tendência principalmente percebida entre os professores mais jovens no caso português e entre os professores no meio da carreira, no caso brasileiro².

Deste modo, dentre os grupos de professores analisados, somente o professor Democrático parece fazer uso das redes sociais digitais de modo a garantir o sucesso do ato educativo. Sua autoridade consiste em responsabiliza-se pela transmissão dos conhecimentos que domina, mas também na abertura às demandas dos alunos, procurando aproximar-se da cultura digital por eles utilizada, mas sem dela tornar-se “refém”.

As redes sociais digitais são percebidas por este professor como relações de sociabilidade por meio das quais as interações e comunicações são estabelecidas, mas também como fonte de ajuda ao ensinar, buscando um equilíbrio, mesmo que frágil e incerto, entre a transmissão do e o relacionamento com os alunos.

Por fim, a representação social das redes sociais digitais tem múltiplas interpretações, sendo neste trabalho exposta apenas uma entre as muitas possíveis. No entanto, acreditamos que a percepção do professor Democrático pode auxiliar na inserção das redes sociais digitais nas escolas de modo que estas possam contribuir para que esta instituição cumpra a sua função social, qual seja: formar e transformar o ser humano, visando uma sociedade mais justa para todos.

² Durante o processo de análise dos dados, aspectos relacionados a questões de gênero e, no caso brasileiro de raça, mostraram ser significantes. Todavia, não temos espaço neste trabalho para explorar esta abordagem, podendo esta ser realizada em outro momento.

Referências bibliográficas

Arendt, H., 2001. *Entre o Passado e o Futuro*. São Paulo: Perspectiva.

Bardin, L., 1977. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bauman, Z., 2001. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Boltanski, L., 1990. *L'amour et la justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*. Paris: Métailié.

Castells, M., 1999. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

_____, 2003. *A galáxia da internet – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.

Fialho, J.. 2017. Pressupostos para a construção de uma sociologia das redes sociais. **Sociologia**, Porto, v. 29, p. 59-79, jun. 2015 . Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-34192015000100004&lng=pt&nrm=iso>. [acessos em 25 jun. 2017].

Freire, P., 1997. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Furlani, L.M. T., 2012. *Autoridade do professor: meta, mito ou nada disso?* São Paulo: Cortez.

Guillot, G., 2008. *O resgate da autoridade em educação*. Porto Alegre: Artmed.

Morin, E., 2010. *A cabeça bem-feita – repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Nóvoa, A., 2009. “Educação 2021: Para uma história do futuro”. *Revista IberoAmericana de Educação*, 49 -- Janeiro / Abril 2009. Disponível em repositorio.ul.pt/bitstream/10451/670/1/21232_1681-5653_181-199.pdf [acessos em 25 jun. 2017].

Requena, F., 1989. “El concepto de red social”, *Reis*, 48, p. 137-152.

Sennett, R., 2001. *Autoridade*. Rio de Janeiro: Record.

3 - TRABALHO E PROFISSÕES

REDES DE ACESSO AO TRABALHO. AS DINÂMICAS DAS REDES DE RECRUTAMENTO NO FUNCHAL

TATIANA MARQUES
Universidade de Évora
m34432@alunos.uevora.pt

JOAQUIM FIALHO
CICS.NOVA.UÉvora, ECS, Universidade de Évora
jfialho@uevora.pt

Resumo

Nos últimos anos têm vindo a ocorrer variadas transformações (políticas, económicas, ambientais e culturais) com grandes impactos nas relações sociais, tornando a sociedade contemporânea muito variada e complexa. Na sequência dessas transformações e com o avanço da globalização, as organizações precisam de se adaptar às diversas mudanças que acontecem em todos os setores da economia. Para dar resposta a este novo contexto, as empresas têm vindo a flexibilizar a sua atividade, por exemplo através do recurso a novas formas de recrutamento de trabalhadores. O recrutamento é feito a partir das necessidades presentes e futuras de recursos humanos das organizações. Compreender a redes de recrutamento foi um dos desafios da presente investigação.

Palavras-Chave: Redes, recrutamento e organizações

Abstract

In the last years, there have been various changes (political, economic, environmental and cultural) with great impacts on social relations, making contemporary society very varied and complex. In the wake of these transformations and the advancement of globalization, organizations need to adapt to the many changes taking place in all sectors of the economy.

In order to respond to this new context, companies have become more flexible, for example through the use of new forms of employee recruitment. Recruitment is done from the present and future human resources needs of organizations. Understanding recruitment networks was one of the challenges of this research.

Keywords: Networks, recruitment and organizations

Introdução

O recrutamento e seleção são duas faces da mesma dinâmica das organizações. A área de recrutamento e seleção de pessoas tem um papel nevrálgico no sucesso das organizações. Selecionar as pessoas certas para o lugar certo é um enorme desafio. Trata-se de uma espécie de *Iceberg* só uma parte está visível e, a outra, constitui uma zona de incerteza. Segundo Chiavenato (1999:107) a seleção configura-se como a “escolha certa da pessoa certa para o lugar certo”. Que quadro de competências são necessárias para a melhoria das respostas da organização face aos seus públicos e, igualmente, que competências estão disponíveis no quadro dos recursos humanos passíveis de serem selecionados constituem o jogo de atores que coloca frente a frente a organização/setor de recursos humanos e o capital humano disponível para a função.

Neste processo de recrutamento e seleção de pessoas procurar um profissional “*tipo ideal*”, isto é, um profissional qualificado que atenda às exigências da empresa para afastar a rotatividade de pessoal e o gasto com admissão e demissão de pessoas é, de facto, um desafio. Não adianta contratar por contratar. É preciso ser nevrálgico nos processos. Mas, afinal, que pessoas (ou capital humano) procuram as organizações? O que dão em troca? O que exigem? São perguntas que, apesar da simplicidade aparente, constituem uma carga de complexidade na resposta. Este é, indiscutivelmente, um desafio desta investigação.

A evolução da sociedade clarifica a existência de níveis de desenvolvimento e qualidade de vida muito diferentes do passado, mas por outro lado atravessa-se um quadro de instabilidade a nível económico, nomeadamente no mercado de trabalho, como consequência do desemprego. O objetivo do trabalho mudou e assume um papel central na vida dos indivíduos, que procuram cada vez mais executar uma atividade profissional gratificante ao mesmo tempo, e apelando ao pensamento de Andre Gorz (1997), que o trabalho para toda a vida acabou.

Neste contexto, urge questionar de que forma é que é feito o recrutamento das empresas privadas do Funchal, ou seja, perceber/descodificar os processos de

recrutamento e seleção, o perfil dos trabalhadores, bem como os tipos de competências que são procurados pelas empresas do universo em estudo.

O objetivo geral da nossa investigação consiste em identificar as práticas de recrutamento dos recursos humanos das empresas privadas do Funchal.

Os objetivos específicos consistem em:

- a) Identificar práticas/tipos de recrutamento de recursos humanos;
- b) Mapear os perfis de recursos humanos que as empresas procuram;
- c) Identificar quadros de competência procurados pelas empresas;
- d) Elencar necessidades de recursos humanos por parte das empresas do Funchal.

A presente dissertação está dividida em duas partes, que abrangem os temas centrais da investigação que pretendemos desenvolver. Organizámo-los na sequência e moldes que consideramos ser mais pertinentes para um trabalho de projeto de investigação. Assim sendo, numa primeira parte é feita uma revisão da literatura que fundamenta os objetivos da dissertação. Definiram-se conceitos importantes e que estruturaram a presente dissertação. Numa segunda parte, procedeu-se à fundamentação da metodologia adotada, numa perspetiva qualitativa, bem como os instrumentos de pesquisa utilizados e procedemos à apresentação dos dados, a sua análise e interpretação. Por fim, são tiradas as conclusões a nível crítico da investigação realizada.

1. Algumas considerações sobre a atualidade do trabalho

A sociologia do trabalho foi definida primeiramente sob uma visão integrativa de Elton Mayo cit. por Freire (1993:10), como "uma sociologia industrial que tinha como análise a situação do trabalho fabril e os comportamentos sociais dos operários dos países em vias de industrialização".

Para Marx, o trabalho deve ser compreendido como "(...) um processo entre o homem e a natureza, processo este em que o homem, por sua própria ação, medeia, regula e controla seu metabolismo com a natureza. Ele se confronta com a matéria natural como com uma potência natural [*Naturnacht*]. A fim de se apropriar da matéria natural de uma forma útil para sua própria vida, ele põe em movimento as forças naturais pertencentes a sua corporeidade: seus braços e pernas, cabeça e mãos. Agindo sobre a natureza externa e modificando-a por meio desse movimento, ele modifica, ao mesmo tempo, sua própria natureza (Marx, 1867:255). Ou, seja, para este autor, o trabalho deve ser entendido como a relação consciente entre o homem e a natureza na qual o homem faz uso de todas as suas forças naturais que se encontram presentes no seu corpo fazendo com que ele também transforme aquilo que está ao seu redor.

Apresentando uma perspectiva macro, a Sociologia do Trabalho, define-se então pelo estudo das "coletividades humanas muito diversas pelas suas dimensões e pelas suas funções, que se constituem durante o trabalho, das reações que exercem sobre elas, aos diversos escalões, as atividades de trabalho constantemente renovadas pelo progresso técnico, das relações externas entre elas e internas entre os indivíduos que a compõem" (Friedmann & Naville, 1970:5).

O sociólogo francês Alain Touraine (1992), por meio da sua teoria da ação, encaixa a sociologia do trabalho num campo de estudos dos conflitos sociais protagonizados pelo movimento social do operariado. A teoria de Touraine é traçada a partir de sua visão bidimensional da modernidade, a qual denuncia a "dissociação" entre razão e sujeito, o "mundo objetivo" e o "mundo subjetivo", isto é, a fragmentação entre elementos que compõem a modernidade, conforme ele apresenta junto com sua proposta teórica e crítica: "A modernidade não repousa sobre um princípio único e menos ainda sobre a simples distribuição dos obstáculos ao reinado da razão; ela é feita do diálogo entre Razão e Sujeito. Sem a Razão, o Sujeito se fecha na obsessão da sua identidade; sem o Sujeito, a Razão se torna o instrumento do poder. Neste século conhecemos simultaneamente a ditadura da Razão e as perversões totalitárias do Sujeito; é possível que as duas figuras da modernidade, que se combateram ou ignoraram, finalmente dialoguem e aprendam a viver juntas?" (Touraine, 2008 [1992]:14).

Tal como sublinha João Freire (1993), o plano das situações de trabalho, ou seja, o sistema técnico-organizacional, constituído por máquinas, dispositivos, procedimentos e saberes, que forma a mediação necessária a todo o processo social de produção em sentido amplo; o plano das relações de trabalho, ou das relações entre os agentes colocados nas referidas situações de trabalho, ou seja, o domínio dos sistemas sociais e das relações de poder que definem esses sistemas e finalmente, a esfera das representações, isto é, que legitimam as relações sociais existentes, constituem objetos da sociologia do trabalho.

Alguns dos campos de estudo e intervenção da sociologia do trabalho são: os atores sociais no trabalho, empresas (e outras organizações de trabalho), organização do trabalho, as relações coletivas de trabalho, remunerações e consumo, as profissões e carreiras profissionais, formação e profissionalização, motivação e satisfação no trabalho, o sistema de emprego (emprego e desemprego), migrações e movimentos espaciais da mão-de-obra, movimentos sociais ligados ao trabalho, os utentes e consumidores, empresários e empreendedorismo, trabalho independente, teletrabalho, entre outros.

É importante ter em conta que o mundo do trabalho, ocupa uma parte muito importante da vida das pessoas, pois proporciona prestígio, financiamento e também estatuto social. Vários autores ao longo dos tempos têm abordado estas questões relacionadas com o trabalho.

O trabalho assume uma noção socioeconómica estruturante. Possibilita aos indivíduos, através de uma recompensa salarial, o acesso a uma variedade de bens e de serviços; o exercício de diversas capacidades cognitivas; pela variedade resultante da interação com os contextos sociais diferentes do ambiente doméstico; pela estrutura temporal, o indivíduo organiza o seu tempo de acordo com o ritmo de trabalho; nos contactos sociais, a amizade e partilha de atividades; pela identidade pessoal e autoestima (Giddens, 2002).

Mas, os gregos da antiguidade clássica consideravam o trabalho uma atividade insignificante, e que o descanso era digno apenas de homens livres, e apenas esses homens estariam aptos para se dedicar à vida pública. De outro lado estavam os escravos, que se dedicavam às atividades quotidianas. Assim foi durante longos anos, visto que a escravidão era considerada a mais adequada relação laboral.

É visível que o mundo do trabalho tem atravessado alterações desde então, sendo estas mudanças muito importantes para que se compreenda a organização dessas relações, assim como as preocupações dos sociólogos da área. Desde o escravismo antigo, artesanato, servidão, e tantas outras formas de trabalho até aos moldes do trabalho industrial no mundo moderno transportaram mudanças que dizem respeito à própria vida em sociedade, organização desses sujeitos e relações de poder entre os proprietários dos meios de produção e aqueles que vendem sua força de trabalho. O impacto de novas tecnologias no mundo do trabalho e novas formas de organização, o aumento do mecanismo de exclusão, a exigência de cada vez mais qualificação são fatores ainda presentes e que nos mostram o quanto o mundo do trabalho ainda se encontra em processo de transformação. Uma outra forma de compreender a importância do trabalho na vida das sociedades pode ter por base a percepção dos que se encontram privados de trabalhar ou dos que têm medo de perder o emprego. Por um lado, pode originar alterações de comportamentos e atitudes devido ao desaparecimento de uma atividade importante para a estruturação do tempo social dos desempregados e para a organização da vida em termos familiares. Por outro, a percepção da proximidade de períodos de precariedade e desemprego, para os que se encontram empregados, pode afetar o investimento nas outras esferas da vida, atribuindo ao trabalho um lugar preponderante na vida, mesmo para os que detêm um diploma e ainda mantêm vantagens quando pretendem aceder a o mercado de trabalho (Maurin, 2009:35).

A análise sociológica do trabalho e das ocupações em geral apresenta-se como um instrumento importante, por intermédio dos seus modelos analíticos e resultados de investigações empíricas.

A atenção de Marx ficou centrada nos aspetos materiais do trabalho, sendo estes os que determinam a interação social no trabalho e a realização pessoal provinha as recompensas económicas. O autor aborda também questões relacionadas com a desintegração e o conflito social. Durkheim, preocupou-se com aspetos relacionados com a solidariedade, integração, e controlo sociais e Weber com a racionalidade e burocracia.

Segundo Boterf (1998), o trabalho configurar-se-á como uma organização flexível de emprego, com classificações baseadas na performance aliadas às competências detidas e não na organização

Para Freire (2006) a concetualização da sociologia do trabalho apela a dificuldades de definição do seu próprio objeto, por um lado a procura de uma definição de trabalho satisfatória do ponto de vista conceptual e lógico e por outro a evolução rápida dos juízos sociais sobre o trabalho, onde se apontam a ação combinada de fatores como os tecnológicos, económicos, organizacionais e sociais, mas afirma que a avaliação que os indivíduos fazem da sua situação profissional é, antes do mais, estruturada pelas suas atitudes e posicionamento face ao trabalho e pela afirmação do seu valor enquanto dimensão estruturante do tempo e dos restantes aspetos da vida social.

Assim, o valor do trabalho contempla não apenas dimensões materiais, mas também dimensões subjetivas. Neste sentido, os indivíduos podem assumir duas posições em relação ao lugar que o trabalho ocupa na vida: trabalhar bastante sem que isso interfira com as outras dimensões da vida, ou trabalhar o melhor possível, ainda que em prejuízo de outros aspetos da vida. A assunção de uma ou outra posição encontra-se relacionada com as formas privilegiadas de utilização do tempo, a diferente valorização do tempo de trabalho e do tempo livre e as implicações que estas opções têm sobre a remuneração e, conseqüentemente, sobre as condições materiais de vida.

Segundo Freire (1993), houveram certos períodos em que muitos dos entendimentos produzidos pela Sociologia sobre o modo como a sociedade se organiza têm o seu valor explicativo diminuído. As duas últimas décadas foram, um desses períodos, momento em que novas tendências no mundo do trabalho ensejaram uma extensa reavaliação, o das teorias e quadros analíticos oferecidos pela Sociologia do Trabalho há quase um século.

Friedmann cit. por Freire, propõe uma visão ambiciosa e quase tautológica, "a sociologia do trabalho deve ser considerada, na sua mais vasta extensão como o estudo, nos diversos aspetos, de todas as coletividades humanas que se constituem graças ao trabalho" (Freire, 1993:14).

Há uma dicotomia entre o trabalho e as profissões, e "esta dicotomia remete-nos para a teoria neoclássica em que o mercado de trabalho é o palco que sustenta o confronto entre a oferta de trabalho e a procura de trabalho, numa interação indivíduos/empresa" (Fialho *et. al*, 2013:64).

Desde os anos trinta, que as ciências sociais em geral, e a sociologia em particular, têm assistido à reconstrução de definições e conceitos sobre o fenómeno profissional com pontos em comum entre si, sendo possível fazer uma divisão por fases em diferentes momentos do percurso histórico da análise sociológica das profissões: “uma primeira que engloba a definição do campo de análise, por via do predomínio das teses funcionalistas, mas também do contributo dos interacionistas simbólicos, e que ocorreu entre os anos trinta e os anos sessenta do século passado; uma segunda, de crítica às teses funcionalistas e de emergência das teses revisionistas até aos finais dos anos setenta; uma terceira, na década seguinte, de sedimentação da diversidade de quadros teórico-metodológicos, ampliando perspectivas desenvolvidas na fase anterior, colocando-se, por exemplo, a ênfase analítica no poder e monopólios profissionais e numa abordagem sistémica das profissões; uma quarta fase, que vem ocorrendo nos últimos quinze anos em que ganham destaque quer a abordagem comparativa dos fenómenos profissionais, quer o incremento da produção sociológica na Europa continental, quer ainda a emergência e novas problemáticas teóricas (permeando as duas anteriores)” (Gonçalves, 2007:178).

O conceito de profissão remete-nos para o enquadramento de um local de trabalho, ramo de serviço e um sector de organização político-económica; tem uma dimensão social, de utilidade comunitária, que ultrapassa a concreta dimensão individual ou o mero interesse particular. Considera-se como profissão de um indivíduo o ofício ou a modalidade de trabalho, remunerado ou não, a que corresponde um determinado título ou designação profissional, constituído por um conjunto de tarefas que concorrem para a mesma finalidade e que pressupõem conhecimentos.

O conceito de profissão implica a existência de autoridade profissional, e de um saber especializado, aliado a práticas específicas que o profissional necessita de dominar, adquiridas através de uma formação profissional estruturada, a legitimação pública da autoridade traduzida pela garantia de deveres e direitos, a adoção de um Código Deontológico que determina e regula o conjunto de deveres, obrigações, práticas e responsabilidades que surgem no exercício da profissão.

2.Síntese metodológica

A metodologia confere também ao investigador uma linha condutora e coesa a qual se desenvolve, permitindo assim comparar as questões a analisar com os dados obtidos e assim relacioná-los com as referências bibliográficas já existentes.

O estudo a desenvolver, pretende perceber, através do olhar da sociologia, de que forma se processa o recrutamento das empresas privadas do Funchal, ou seja, perceber/descodificar os processos de recrutamento e seleção, o perfil dos trabalhadores, bem como os tipos de competências que são procurados pelas empresas do universo em estudo, neste caso as empresas privadas no Funchal.

A unidade de análise desta investigação, como já referi anteriormente, foram gestores de recursos humanos de empresas privadas do Funchal, sendo esta escolha feita devido a diferentes razões que decorrem dos objetivos de investigação, podendo assim verificar quais as práticas de recrutamento dos recursos humanos destas empresas. Através da entrevista, os entrevistados tiveram alguma objetividade no desenvolvimento das suas respostas, o que permitiu também a abordagem livre do ponto de vista destes. A escolha do ego restringiu-se às características que enumerei anteriormente, ou seja, teriam que ser empresas privadas, que pertencessem ao Funchal, ou seja, esta escolha foi feita de modo intencional. A recolha de dados (trabalho de campo) foi feita de Fevereiro de 2016 a Janeiro de 2017.

De acordo com o meu objeto empírico, os instrumentos de recolha de dados foram aplicados a gestores de recursos humanos de empresas privadas do Funchal. Foram realizadas entrevistas a 7 gestores. Tinha como propósito realizar mais entrevistas, mas não foi fácil obter respostas por parte das empresas, dificultando assim o desenvolvimento do meu estudo. Foram enviados 37 e-mails para empresas escolhidas aleatoriamente através de uma base de dados¹ que encontrei com as diversas empresas existentes na Ilha da Madeira, mas só obtive resposta de 7. Mesmo com este número de entrevistas, consegui realizar a minha investigação e chegar a conclusões, se bem que se houvessem mais entrevistas, assim conseguiria chegar a mais conclusões.

¹ http://www.infoempresas.com.pt/Distrito_ILHA-DA-MADEIRA-FUNCHAL.html

Principais resultados

Ao longo da realização deste trabalho foi possível verificar, com base no enquadramento teórico, que as empresas se encontram em mudança, devido a fatores que surgem no meio que as rodeia. A globalização ou as tecnologias de informação que, são vistos como desafios e têm obrigado a modificação destas empresas, da gestão e também do gestor e das suas competências, para fazer face às exigências e às mudanças que vão surgindo.

Em relação à questão de partida e que nos orientou ao longo de toda a investigação, chegamos às seguintes conclusões: vimos que a simples oferta de uma oportunidade de trabalho já é por si só um atrativo, porém o que interessa para as empresas e para os empresários é a qualidade e não a quantidade de pessoas interessadas no que têm a ofereceras práticas de gestão de recursos humanos envolvem: o recrutamento e seleção, o acolhimento, a integração, a formação profissional, a avaliação do desempenho, as remunerações e os incentivos. Podemos então verificar que os colaboradores com elevadas competências são, cada vez mais, alvo de atenção por parte destas empresas. Esta atenção tem como base a gestão de talentos, que se centra no desenvolvimento dos colaboradores, ao nível das suas competências. A gestão de talentos baseia-se na lógica da aquisição de competências nas áreas do saber, saber fazer e saber estar.

Analisando as competências requeridas e procuradas por estas empresas, definidas pelo comportamento e pelo foro sócio efetivo, prendem-se com o “saber ser” e “saber estar”.

Independentemente do setor de atividade, estas são exigências intrínsecas a um cargo ou a uma tarefa que as pessoas podem (ou não) e devem destacar para pôr em prática o exercício das suas funções e responsabilidades.

Ou seja, há uma coerência no que diz respeito às competências: saber ser, saber estar, saber fazer, dedicação, responsabilidade, empenho, profissionalismo.

É possível verificar que o recrutamento destas empresas é feito através de anúncios, candidaturas espontâneas, referências ou conhecimentos pessoais, entrevistas com o gestor de recursos humanos, análise curricular ou até através de testes de aptidão. Pode

variar de acordo com o setor de atividade, pois por exemplo no setor de transportes urbanos é muito importante os candidatos passarem nos testes e terem o CAM, enquanto se for para a parte de indústria alimentar não é necessário fazer nenhum teste, visto que é um cargo que ao longo do tempo vai adquirindo a experiência que é necessária. O processo de seleção nestas empresas não representa um fim em si mesmo, mas um meio que possibilita à organização realizar os seus objetivos. Assim, todos os instrumentos utilizados no processo de seleção, técnicas, testes ou entrevistas, têm como objetivo prognosticar qual dos indivíduos terá melhor capacidade de integração e adaptação à empresa.

O papel do gestor de recursos humanos é essencial para o bom funcionamento de qualquer organização, pelo que qualquer funcionário ou quadro intermediário deve incorporar este espeto da gestão para liderar uma equipa.

Na gestão dos Recursos Humanos, em qualquer setor de atividade estudado (produção de peixe, hotelaria e turismo, grupo de transportes urbanos, transformação e distribuição alimentar, Sociedade de empreitadas), é valorizado o capital humano, pois é importante que haja uma relação de proximidade entre os clientes e a empresa para assim haver um serviço de qualidade. É exigido respeito, dedicação profissionalismo e responsabilidade para que tudo possa correr da melhor forma nestas empresas.

Sobre a pergunta de investigação: quais as práticas de recrutamento dos recursos humanos das empresas privadas do Funchal importa referir que as mesmas são pouco inovadoras e assentam sobretudo na resposta a necessidades imediatas de recrutamento sem que sejam desenhadas ações estratégicas para o futuro.

Em suma: o mercado de trabalho atravessa mudanças em resultado da globalização e da emergência de novas tecnologias de informação e comunicação, o que conduz a uma crescente competitividade, obrigando as organizações a repensar as suas estratégias e práticas de gestão, nomeadamente de Gestão dos Recursos Humanos. No caso dos entrevistados, o foco está muito centrado no imediato em detrimento de estratégias de ações de RH consolidadas. Trata-se de uma função em que se exige ao recrutado um perfil de enorme especialização e disponibilidade para a função, ao invés do perfil do recrutador cuja sua função resulta de experiências acumuladas ao longo dos anos.

Bibliografia

FIALHO, Joaquim; SILVA, Carlos Alberto; SARAGOÇA, José (2013). Formação Profissional. Práticas organizacionais, políticas públicas e estratégias de ação. Lisboa, Edições Silabo.

FREIDSON, Eliot – “Para uma análise comparada das profissões: a institucionalização do discurso e do conhecimento formais”. Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº31, Junho de 1996, pág. 142-154.

FREIDSON, Eliot (2001). Professionalism. The third logic, Chicago, The University of Chicago Press.

FREIRE, João (2006). Sociologia do Trabalho. Uma introdução. Porto: Afrontamento.

FRIEDMANN, Georges e NAVILLE, Pierre. (1970). Traité de Sociologie du Travail. (3ªed.). Paris: Armand Colin.

GONÇALVES, Carlos M. (2007). Análise Sociológica das profissões: principais eixos de desenvolvimento. Porto. Acedido em 17 de Outubro de 2016, www.ler.letras.up.pt.

MAURIN, Éric (2009). La peur du déclassement. França: Éditions du Seuil

TOURAINE, Alain (2008). Crítica da Modernidade. Petrópolis, RJ: Vozes.

A ECONOMIA DOS SITES DE REDES SOCIAIS: UM MERCADO EXEMPLO DE MONOPÓLIOS DIGITAIS

JONAS VALENTE
Universidade de Brasília
jonasvalente@gmail.com

Resumo

O presente artigo visa compreender a economia dos Sites de Redes Sociais, partindo da caracterização de seus traços distintivos para proceder uma análise desse mercado. Como pressuposto orientador da presente reflexão têm-se o entendimento de que a percepção acerca dessa dimensão é fundamental para melhor apreender as lógicas de funcionamento desses *sites*, uma vez que esses são empresas cujo objetivo central é a obtenção de lucros e a monetização de bens e serviços. Os Sites de Redes Sociais são vistos como uma modalidade de plataforma *online* marcada por formas multilados (*multisided markets*), por efeitos de rede (*network effects*), por uso intensivo de dados e por modelos de negócio fortemente lastreados em publicidade personalizada. O artigo investiga os modelos de negócio e o mercado em questão tomando como referência os maiores SRS: Facebook, FB Messenger, Whatsapp, Qzone, QQ, Wechat, Instagram, Tumblr, Twitter e Sina Weibo. A estrutura do setor revela um exemplo de monopólios digitais com a forte predominância do Facebook. Por fim, são apontadas algumas reflexões derivadas da caracterização do mercado e apontamentos para estudos futuros.

Palavras-chave: Sites de Redes Sociais, modelos de negócio, monopólios digitais, plataformas *online*, Facebook.

Abstract

This article aims to understand the economics of Social Networking Sites, starting from the characterization of its distinctive features to carry out an analysis of this market. As guiding assumption of the present paper we have the understanding that the consciousness about this dimension is fundamental to better understand the logics of functioning of these sites, since these are companies whose central objective is the obtaining of profits and the monetization of goods and services. Social Networking Sites are seen as a modality of online platforms marked by multisided markets, network effects, data intensive use and business models heavily backed by personalized advertising. The article investigates the business models and the market in question with reference to the largest SRS: Facebook, Messenger, Whatsapp, Qzone, QQ, Wechat, Instagram, Tumblr, Twitter and Sina Weibo. The structure of the industry reveals an example of digital monopolies with the strong predominance of Facebook. Finally, some reflections derived from the market characterization and notes for future studies are pointed out.

Keywords: Social Network Sites, business models, digital monopolies, digital platforms, Facebook.

Introdução

Chamadas popularmente de Redes Sociais, plataformas surgidas nos últimos 15 anos na Internet como Facebook, Twitter e Instagram assumiram alcance relevante na sociedade em escala global, possuindo 2,789 bilhões de usuários, sendo 2,5 bilhões ativos (We are social, 2017), o equivalente a 34% da população mundial. A projeção é que essa penetração chegue a quase 3 bilhões até 2020². Enquanto a Internet cresceu 10% entre 2016 e 2017, no caso das Redes Sociais o incremento foi de 21% (We are social, 2017).

Este uso intensivo se manifesta nas mais diversas esferas da sociedade. Na política, as chamadas Redes Sociais passaram a ser questionadas no tocante à influência que exercem em eleições e processos deliberativos, como a vitória de Donald Trump nos Estados Unidos, a saída do Reino Unido da União Europeia e a derrubada da presidenta brasileira Dilma Rousseff pelo Congresso do país em 2016. O próprio debate público em si, característica preconizada como pilar de regimes democráticos, passou a ser problematizado pela disseminação das chamadas notícias falsas (*fake news*), fenômeno antigo mas que voltou a gerar preocupações pela escala adquirida a partir das Redes Sociais. O volume de desinformação chegou a motivar a inclusão no dicionário Oxford do termo pós-verdade³ e a sua escolha como palavra do ano em 2016.

Na esfera da cultura, as chamadas Redes Sociais vêm se tornando a principal porta de entrada para o consumo de textos, imagens e produtos audiovisuais. A maior rede de compartilhamento de fotografias é o Instagram, com 600 milhões de usuários. A maior plataforma de audiovisual do planeta é o Youtube, com 1 bilhão de usuários⁴. No jornalismo, estudo de referência realizado em 26 países revelou que metade dos entrevistados se informa por meio dessas fontes (Newman, Levy and Nielsen, 2016, p. 7). Plataformas como o Facebook e o Twitter vêm se tornando a “porta de entrada” para

2 Number of social media users worldwide 2010-2020. Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>. Acessado em 15 de junho de 2017.

3 O dicionário Oxford online traz a seguinte definição: “*Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”. Oxford, 2017. Dictionaries Online [online] Londres: Oxford. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/>. Acessado em 12 de junho de 2017.

4 Statista, 2017. Global Social Media Ranking. Disponível em: Statista.com. Acessado em: 14 de junho de 2017.

o consumo de notícias, inclusive com mecanismo de visualização dos textos dentro do próprio site sem que o leitor acesse os portais noticiosos. A seleção de notícias nos *feeds* e linhas do tempo (seja por curadorias humanas ou automatizadas por meio de algoritmos) se tornou um dos grandes filtros editoriais do mundo contemporâneo.

As chamadas Redes Sociais atraíram a atenção de pesquisadores em diversos campos de saúde pelos impactos em distintos públicos (O’Keeffe and Clarke-Pearson, 2011) no tocante a patologias associadas a elas e a práticas nocivas, especialmente a crianças e adolescentes, como *cyber-bullying*, assédio virtual (*online harassment*), troca de mensagens de conteúdo sexual (*sexting*) ou até mesmo um fenômeno denominado “*Facebook depression*”⁵. A própria noção de Internet é fagocitada pelas chamadas Redes Sociais. Um levantamento trouxe um dado alarmante: percentuais representativos de usuários de países de grande população não conseguiram distinguir o Facebook da Internet: 65% na Nigéria, 61% na Indonésia, 58% na Índia e 55% no Brasil (Mirani, 2015).

Essas plataformas são, em sua grande maioria, empresas. Possuem, portanto, em seu gene a busca pelo lucro e pela criação e maximização de fontes de receita. Tal intuito molda, inclusive, sua própria natureza, as atividades que viabiliza e os recursos que disponibiliza aos seus usuários. A forma de monetização tem impactos diretos não somente naquilo que os frequentadores desses espaços podem ou não fazer (e como) mas também nas vidas dessas próprias pessoas uma vez que essas plataformas vêm assumindo papel cada vez mais relevante em experiências e interações sociais diversas.

Contudo, essa dimensão não tem sido tratada com a devida atenção pela crescente literatura acerca desse objeto, em geral focada nos usos feitos por indivíduos, organizações e instituições e nas interações constituídas a partir destes. O presente artigo visa abordar essa problemática por meio da discussão das características da economia das chamadas Redes Sociais e, especificamente, por uma análise deste mercado em âmbito global. O esforço pretendido se apoia em métodos da análise concorrencial empregada tanto na economia quanto no direito antitruste e constrói uma

5 Segundo os autores, ela é “... defined as depression that develops when preteens and teens spend a great deal of time on social media sites, such as Facebook, and then begin to exhibit classic symptoms of depression” (O’Keeffe and Clarke-Pearson, 2011, p. 802)

abordagem qualitativa para lançar uma mirada de cunho sociológico sobre este mercado. O propósito é perceber a forma deste mas ir além ao identificar possíveis riscos em uma eventual situação de concentração e poder de mercado significativo nas esferas econômica, social e política.

A primeira parte do texto localiza o fenômeno da emergência das plataformas online em um cenário de disseminação da Internet e da economia digitalizada ancorada cada vez mais em transações e serviços na *web*. A partir desta primeira aproximação, serão traçadas as características da economia das chamadas redes sociais e destacadas as influência dos modelos de negócio na mediação propiciada e nas interações e atividades dos usuários no seu interior. Em seguida, a relevância da abordagem concorrencial neste setor e os desafios de procedê-la em mercados com características próprias diferentes de indústrias tradicionais serão discutidos. Na parte final, serão descritos os modelos de negócio dos principais agentes e desenhado o mercado e suas características. Por fim, nas conclusões a análise será detalhada com vistas a apontar a estrutura de mercado e seus efeitos nas atividades das Redes Sociais.

A emergência das plataformas online

Google, nome do maior site de busca do mundo, tornou-se mais do que uma denominação e assumiu a condição de verbo que denota a procura de informações, explicações ou respostas. O que antes era um espaço para encontrar sites, como Yahoo! e Altavista, assumiu a condição de referência absoluta para qualquer dúvida que uma pessoa possa ter. O ato de comprar também vem se tornando cada vez mais online. Sites como Amazon, Ebay, Alibaba e outros são espaços que reúnem uma variedade de produtos muito maior do que as lojas de departamentos mais robustas, como Walmart, poderiam imaginar⁶. Outros segmentos econômicos têm sido marcados pelo ascenso das plataformas e pela participação crescente em mercados. É o caso do transporte individual pago. Nos Estados Unidos, até 2020 mais de 20 milhões de adultos devem ser

⁶ A Amazon é o principal exemplo. Originalmente um site de comércio eletrônico de livros, a empresa passou a vender todo tipo de bem e serviço e afirma ter em seu catálogo centenas de milhões de produtos (European Commission, 2016, p. 10).

usuários regulares deste tipo de serviço⁷. A chegada e a regulamentação do serviço do Uber e similares em diversas localidades vieram acompanhadas de intensas polêmicas por parte dos tradicionais controladores deste mercado: os taxistas. No segmento de aluguel de quartos, a plataforma Airbnb se tornou a maior intermediadora do planeta com 160 milhões de hóspedes e 3 milhões de anúncios em mais de 65 mil cidades em 191 países⁸.

As plataformas online são mediadores que colocam em contato diversos agentes para a aquisição de um bem ou serviço (como a compra de um produto na Amazon ou o download de um aplicativo na Apple Store), para a interação social (como no caso do Facebook ou Snapchat) ou para a realização de atividades específicas (a busca por um local para passar uma noite ou temporada no Couchsurfing). Há definições diversas, como *Online Platforms* (European Commission, 2016), *Peer-to-peer Services* (Ahmad e Schreyer, 2016), *Digital Platforms* (Ejik et al., 2015), *Technological Platforms* (Gawer, 2014) ou simplesmente *platforms* (Van Gorp e Batura, 2015). No presente texto é adotada a terminologia plataformas *online* (*online platforms*). São plataformas⁹ como espaços/agentes de mediação constituídos em cima de uma base tecnológica nos quais ocorrem diferentes atividades e pelos quais são transacionados serviços, conteúdos e interações e têm como um traço distintivo e sua atuação no ambiente conectados, mesmo que não necessariamente em um endereço www (como no caso dos aplicativos).

Uma das características centrais desses espaços é a sua configuração como “mercados multilados” (*multisided markets*) ao terem como serviço central a oferta aos seus usuários do contato com os demais lados. Isso os diferencia de empresas tradicionais marcadas pela aquisição de matérias-primas e o emprego da força de trabalho para processá-las na forma de um produto a ser vendido no mercado¹⁰. O negócio principal é a oferta dessa conexão entre os vários lados, seja ela voluntária (um

7 Statista. **Number of U.S. adults using transport sharing economy services from 2014 to 2020.** Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/289861/number-transport-sharing-economy-users-us/>.

8 Airbnb. About us. Disponível em: <https://www.airbnb.pt/about/about-us>.

9 “A platform provides a (technological) basis for delivering or aggregating services/content and mediates between service/content providers and end-users” (Van Gorp e Batura, 2015, pp. 7-8).

10 O Airbnb conecta proprietários de quartos com pessoas interessadas em alugá-los. A Google Store disponibiliza aplicativos de desenvolvedores a usuários que demandam soluções em seus dispositivos. O LinkedIn mostra perfis de profissionais a firmas ou agências de contratação. A Bandcamp oferece músicas e informações de bandas a ouvintes interessados.

comprador que procura por um produto de uma empresa no Alibaba) ou involuntária (um usuário do Twitter exposto a publicidade de anunciantes).

Esse esforço de conectar os vários lados, em geral sendo um deles o de usuários e consumidores em geral, faz com que as plataformas em geral ofereçam o seu serviço gratuitamente a este contingente uma vez que precisam dessa base de usuários para que fornecedores possam ofertar seus produtos e serviços. Evans e Schmalensee (2016) dividem esses grupos em “lado do dinheiro” (*money side*) e “lado do subsídio” (*subsidy side*). A precificação deve responder à necessidade de fazer com que o primeiro lado compense não somente dos custos diretos de produção mas aqueles associados à inclusão dos usuários no segundo lado. Associado a essa característica está o efeito de rede (*network effect*). Quanto maior o número de usuários em cada um dos lados, mais opções o outro lado terá para a consecução de seu objetivo (seja ele a aquisição de um bem ou serviço, interação, difusão de conteúdos ou realização de uma atividade específica). Esse atributo cria lógica que potencializa os agentes líderes. Se uma pessoa deseja comparar preços de produtos, a plataforma com maior número de opções será mais atraente¹¹.

Outra qualidade das plataformas é a sua natureza de serviços de informação operados por meio da Internet. Transações, interações e atividades ocorrem por meio de dados digitalizados que trafegam pelo protocolo IP demandando sistemas tecnológicos complexas para permitir o acesso dos usuários e gerir os fluxos de informações, conexões e operações entre os vários pontos da rede estabelecida. Essas plataformas empregam aplicações diversas e têm se assentado crescentemente em programas de análise e decisões automatizadas, conhecidos como algoritmos. As grandes bases de clientes e o número elevado de operações também demandam infraestruturas robustas (como servidores).

Uma última e talvez mais importante marca dessas plataformas é o uso intensivo de dados em todas as suas atividades. Se o principal negócio das plataformas é a conexão entre pessoas nos vários lados, é preciso descobrir as demandas de cada usuário

11 Ao mesmo tempo, para um vendedor a escolha mais vantajosa será ofertar seu produto em um site com maior número de visitas, fenômeno também chamado de efeito de rede *positivo*. Mas há exceções. Uma plataforma pode ter problemas com a expansão de um de seus lados e a perda de controle e de padrões de qualidade do serviço prestado, o que configuraria um efeito de rede *negativo*.

e onde está o outro (de um lado diferente ou do mesmo) que pode responder a ela da melhor forma. Para isso, esses sites coletam quantidades monumentais de dados e usam seus sistemas de análise para identificar comportamentos, gostos e interesses que podem ser traduzidos em bens e serviços ofertados (as sugestões de livros, filmes e outros produtos da Amazon, por exemplo). Da mesma maneira, usam essa base de informações para disponibilizar a prestadores de serviço públicos mais suscetíveis e que possam se transformar em possíveis clientes (como nos mecanismos de publicidade personalizada de Google e Facebook).

O ascenso dessas plataformas vai ensejar o que será denominado preliminarmente aqui de “monopólios digitais”. Estes são conglomerados com presença fortemente dominante em uma área mas com atuações para além dela. São digitais pois seus negócios são fortemente centrados nas TICs e neste suporte. Entre as características estão: (1) Forte domínio de um nicho de mercado; (2) Grande número de clientes, sejam eles pagos ou não; (3) Operação em escala global; (4) Espreadimento para outros segmentos para além do nicho original; (5) Atividades intensivas em dados. (6) Controle de um ecossistema de agentes que desenvolvem serviços e bens mediados pelas suas plataformas e atividades. (7) Estratégias de aquisição ou controle acionário de possíveis concorrentes ou agentes do mercado.

Para além dessas características gerais, as plataformas online possuem aspectos específicos. Ejik et al. (2015, p. 18) propõem uma classificação das diferentes modalidades: (1) Revendedores (resellers) – ofertam conteúdos ou produtos adquiridos de fornecedores (exemplo: Netflix); (2) Mercados (market places) – são espaços de venda de produtos entre usuários (exemplo: Ebay); (3) Redes Sociais – permitem interações e troca de conteúdos entre usuários (exemplo: Facebook, Qzone); e (4) Plataformas de plataformas – são espaços onde outras plataformas atuam (exemplo: Apple, Microsoft, Google/Android). O presente artigo foca em uma dessas modalidades: as chamadas redes sociais. Elas serão examinadas de forma mais detalhada na seção seguinte. Como parte do esforço analítico, será destacada a sua dimensão econômica e a relevância dos modelos de negócio que as sustentam.

A economia dos Sites de Redes Sociais

Cabe aqui um primeiro refinamento conceitual. O objeto do texto são aquelas plataformas online que permitem a interação e a troca de conteúdos entre usuários. Não nos interessam as redes em si, mas as plataformas que as abrigam¹² e de que maneira as lógicas de funcionamento as impactam. Para essa diferenciação em vez do termo corriqueiro rede social será adotado o conceito Site de Rede Social (SRS). Em um trabalho mais recente, Ellison e Boyd (2013) definem os SRS como:

(...) networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-provided data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site. (IBIDEM, s/p.).

Os SRS começaram como espaços onde usuários, por meio de seus perfis, podiam estabelecer conexões com outros usuários por meio de formas diversas de interação e trocas de conteúdo. Esse modelo vem se complexificando e há tanto funcionalidades diversas (eventos, calendários, chamadas de vídeo em grupo, grupos) quanto um espraiamento da lógica dos SRS para outras plataformas¹³. As conexões entre os usuários podem ser mútuas (amizade no Facebook) ou unidirecionais (o ato de seguir alguém no Twitter). Os formatos dos conteúdos variam entre texto (Twitter), imagem (Instagram), histórias (Snapchat) ou a combinação de vários (Facebook). A estimativa é que em 2017 2,5 bilhões de pessoas sejam usuárias de algum perfil de um SRS, número que deve chegar a quase 3 bilhões em 2020¹⁴. Os principais sites são Facebook, Whatsapp, Facebook Messenger, WeChat, QQ, Instagram, Qzone, Tumblr e Twitter. Quanto à natureza das suas funcionalidades, esse universo pode ser dividido

12 Não se trata, portanto, de redes sociais no sentido de ajuntamentos de indivíduos e coletivos (instituições, organizações) como abordado em longa literatura nas ciências sociais. Estas são entendidas como “*um conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades*” (Requena Santos, 1989, p. 137).

13 o Youtube, por exemplo, iniciou como um repositório de vídeos e incorporou a lógica do perfil permitindo a usuários se conectar por ferramentas como playlists, comentários etc..

14 Statista. Number of social media users worldwide from 2010 to 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

entre plataformas de conteúdo gerado pelo usuário (PCGU) (Facebook, Twitter, Qzone, Instagram, Tumblr) e plataformas de troca de mensagens (PTM) (Whatsapp, Facebook Messenger, WeChat, QQ).

Essas funcionalidades são diretamente afetadas pelos modelos de negócio das empresas controladoras dos SRS. O Facebook reduziu drasticamente o alcance de publicações de páginas com vistas a forçar o uso de posts patrocinados. A plataforma também alterou o seu feed para que publicações patrocinadas apareçam como conteúdos normais com o intuito de ampliar os resultados desse tipo de publicidade. O site instituiu como um dos recursos o “*check in*” (identificação do local onde o usuário está) como uma das formas de geolocalização que potencializa a personalização de seus anúncios. Os sistemas de alertas e os estímulos promovem o engajamento como forma de maximizar a coleta de dados para também qualificar a personalização. O Twitter fechou o acesso a publicações antigas como forma de monetizar esta base de dados por meio do licenciamento de dados (*data licensing*). O Snapchat tem entre suas funcionalidades centrais lentes patrocinadas. O usuário não pode escolher entre lentes de seus interesse, mas aquelas disponíveis oferecidas por empresas que querem a divulgação de suas marcas. Apesar de ter uma conta básica gratuita, o Qzone estratifica funcionalidades por níveis de acesso diferenciados por preços.

O modelo de negócio central dos SRS é a publicidade. A expectativa é que os anúncios movimentem US\$ 32,3 bilhões em 2017. No mundo digital, os SRS perdem apenas para os banners (US\$ 49 milhões) e a publicidade em mecanismos de busca (102 bilhões)¹⁵, um share de 34%. As plataformas vêm se colocando como alternativa frente a meios tradicionais por oferecerem diferenciais em comparação a campanhas em TVs, rádios e jornais. A primeira é uma capacidade de precisão na definição dos públicos-alvo de uma mensagem. SRS dão ao anunciante a capacidade de filtrar os destinatários por um conjunto de critérios como localidade, gênero, faixa etária, interesses e comportamentos. A dinâmica de coleta e processamento de dados em larga escala e quase em tempo real e os meios empregados para isso permitem aos sites identificar de

15 Statista. Digital advertising revenue worldwide by format, from 2015 to 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/456679/digital-advertising-revenue-format-digital-market-outlook-worldwide/>.

forma muito detalhada segmentos e grupos suscetíveis¹⁶ a determinada mensagem, produto ou serviço. O Facebook disponibiliza todas essas possibilidades naquilo que ele denomina “públicos personalizados”¹⁷.

Uma segunda diferença é a forma de captura da atenção e engajamento dos usuários¹⁸. Na publicidade a atenção é chave, pois o modelo de negócios desse segmento funciona exatamente sob a lógica da comercialização da atenção dos clientes aos anunciantes (Bolaño, 2000). Mais do que atenção, a publicidade busca a efetividade de suas mensagens e a reação do público que se traduza em vendas. Nos SRS, as possibilidades de êxito de anúncios aumentam com a perda das fronteiras claras entre conteúdos publicitários e não publicitários¹⁹. Outra estratégia fundamental é o aproveitamento da própria natureza das redes sociais constituídas nessas plataformas. Empresas descobriram há tempos que não basta anunciar um produto, é preciso construir um imaginário positivo sobre a marca como forma de criar relações com públicos²⁰. A análise concreta dos modelos de negócio dos maiores SRS será um dos elementos da análise do presente artigo. Mas antes disso são necessárias algumas considerações sobre concorrência e estrutura de mercado com vistas a embasar o esforço analítico.

16 Contudo, a plataforma pode ir muito mais longe sob o argumento de buscar a eficácia de suas estratégias de publicidade. Em 2017 uma reportagem revelou que o site ofereceu a anunciantes segmentos de jovens em situação de fragilidade emocional (Machkovech, 2017).

17 A plataforma oferece diversas variáveis para o direcionamento de mensagens. Veja mais em: <https://www.facebook.com/business/a/online-sales/ad-targeting-details>.

18 As pessoas passam em média duas horas por dia conectadas a esses sites, correspondendo a cerca de 30% do tempo dispensado online (Asno, 2017), abaixo apenas do ato de assistir TV. Pesquisa revelou que jovens nos Estados Unidos chegam a ficar até nove horas conectados a esses sites (Common Sense Media, 2015).

19 No Snapchat, os filtros patrocinados apresentam marcas como se fossem parte da foto ou história elaborada pelo usuário.

20 No Instagram, a ferramenta de criação de anúncios “Power Editor” oferece como alternativas não somente alcance (que a mensagem chegue ao maior número de pessoas possível) mas engajamento (o estímulo a interações de pessoas com a mensagem) e “reconhecimento de marca”.

Concorrência em plataformas online

Uma análise de mercado pode ter diferentes objetivos²¹, mas em todos os casos ela não pode prescindir de dois elementos centrais: referenciais orientadores e instrumentos de análise. Entre os referenciais estão os pressupostos que guiam o percurso analítico. O primeiro deles é o estabelecimento das bases valorativas. Convencionou-se tomar como preceito central a competição como modelo normativo, embora haja um longo debate na literatura acerca do conceito e de suas características.

A competição pode estimular a performance das empresas, a alocação de recursos de forma eficiente ao fazer com que os preços estejam mais próximos dos custos marginais (Polder et al., 2009). Este cenário pode também estar vinculado à promoção do bem estar econômico (*economic welfare*) entendido como a maximização dos superávits (*consumer surplus* e *producer surplus*) no contexto geral da economia (Motta, 2003, pp. 17-18). A competição pode não ser um fim em si mesma, mas uma forma de atingir os interesses do público e o seu bem estar (Buccirosi, 2008, p. xiii). Condições estruturais adequadas – associadas a mercados pouco concentrados e ausência de barreiras à entrada e à saída - criam incentivos para as empresas competirem entre si. Como resultados, promovem-se eficiências alocativas e produtivas e progresso técnico na economia. Nessa situação o bem estar do consumidor seria maximizado. (Oliveira, 2014, p. 7). Abordagens mais críticas problematizam o que chamam de ilusão da manifestação da concorrência no capitalismo ao tomar os mercados como locus intrínsecos de relações de poder e a lógica do sistema como inerentemente concentradora e centralizadora (Marx, 1996, p. 257).

O debate não poderá ser desenvolvido aqui a contento, mas é preciso fazer uma primeira demarcação para os efeitos desta análise: será considerada competição a qualidade do cenário em que há baixas barreiras à entrada, inexistência de formas monopolísticas ou oligopolísticas, ausência de firmas com poder de mercado, diversidade de escolha para os usuários e maximização do bem estar dos cidadãos

21 A International Competition Network define análise de mercado como “research projects conducted to gain an in-depth understanding of how sectors, markets, or market practices are working” (ICN, 2016, p. 3).

participantes do mercado tomado em seu sentido mais amplo, e não estritamente econômico. Os referenciais da análise econômica concorrencial e do direito antitruste tradicionais não são suficientes, contudo, para dar conta das especificidades do mundo das plataformas digitais. Eles foram forjados em cima de modelos tradicionais (matéria prima + insumos + força-de-trabalho) com forte foco na comparação de preços e da lucratividade. Contudo, é preciso adequá-los a uma realidade de mercados multilados (*multisided markets*), de serviços oferecidos de forma gratuita, de novas formas de barreira à entrada e de definições menos claras de mercados e cadeiras de valor. A problemática da competição se mantém, mas é preciso compreender esses mercados e novos obstáculos para identificar riscos à concorrência e os impactos disso para a atividade dos SRS em si, naquilo mencionado na introdução do presente texto como uma abordagem qualitativa.

O objeto da análise será o mercado dos Sites de Redes Sociais. O produto é o acesso às plataformas pelos diversos lados, mesmo que esses tenham propósitos diferentes (usuários procurando conexões com amigos e anunciantes, clientes). Dado o universo pulverizado de SRS e a disponibilidade de dados, será adotado um recorte das 10 maiores plataformas. A dimensão geográfica é a global, uma vez que parte dos concorrentes tem atuação internacional. O alcance entra aí como variável pelo efeito de rede característico dessas plataformas. O presente escrutínio do mercado de Sites de Redes Sociais vai combinar alguns instrumentos clássicos com categorias voltadas a dar conta do objeto a partir da abordagem citada. Entre os primeiros está a participação de mercado (*market share*). O indicador escolhido é o bastante utilizado Cr4, que mede o peso das quatro principais firmas no mercado. Em se tratando de um mercado multilado, o número de usuários será incorporado como variável mas ponderado pelo fato do modelo de gratuidade em geral utilizado.

Outra variável serão as receitas, tomadas como expressão da rentabilidade concreta do modelo de negócio de cada plataforma. Nem sempre elas são claramente identificadas dado o nível de integração dos SRS dentro de corporações maiores (como no caso do Tumblr dentro do Yahoo!). Mas em um cenário de oferta do acesso de forma gratuita, o agregado das receitas constitui o resultado concreto da performance das firmas. Por fim, serão identificadas as barreiras à entrada e as diversas formas de controle de acesso no interior da cadeia (*gatekeeping*) como indicadores qualitativos.

O mercado de Sites de Redes Sociais

A presente análise será realizada em duas etapas. A primeira visa identificar os modelos de negócio das principais firmas do mercado, inclusos aí os mecanismos de monetização e as fontes de receita desses agentes. Esta é uma forma de compreender as lógicas de funcionamento do mercado de modo que a mirada sobre sua estrutura se dê sob a abordagem qualitativa pretendida. Como já tratado anteriormente, os modelos são fortemente calcados em publicidade, mas com variações na forma de operação e na constituição de fontes alternativas, como será possível ver a seguir.

1) Facebook

O Facebook tem mais de 90% das suas receitas advindas de publicidade. Os anúncios são expostos no feed do SRS em formatos e posições diferentes. Há um local específico em uma das colunas da interface com anúncios de banners mas também há anúncios que aparecem no feed como se fossem uma postagem normal, tendo apenas os rótulos “publicação sugerida” e “patrocinado” para identificá-los. Estes podem ser textos, imagens (individuais ou em carrossel), links, vídeos e levar a compras ou ações como inscrições em cadastros. Com a criação da *Audience Network*, o Facebook passou a ser um canal de publicidade não somente no interior do seu SRS e dos aplicativos que controla, mas em outros aplicativos. O Facebook borrou as fronteiras entre anunciantes tradicionais e usuários ao instituir a lógica de conteúdos pagos (especialmente para páginas) por meio do “impulsioneamento de publicações” (mecanismo por meio do qual uma mensagem atinge mais pessoas na própria rede, já que a plataforma não garante que o conteúdo chegue a todos os amigos ou seguidores) ou para além dela. A plataforma também criou um canal para a venda direta de produtos entre usuários, auferindo receitas por meio da cobrança de taxas e percentuais sobre essas transações. O mesmo ocorre em transações relacionadas a aplicativos disponibilizados por meio da plataforma, como Candy Crush. Com a aquisição da empresa Oculus, o Facebook passou também a auferir receitas da venda de tecnologia (óculos de realidade virtual) e produtos audiovisuais de VR (jogos e filmes).

2) Facebook Messenger e Whatsapp

Os dois mensageiros controlados pelo Facebook, o primeiro integrado ao site e o segundo um aplicativo próprio, ainda não possuem fontes de receitas próprias, publicidade ou outras formas de monetização, embora contribuam para a coleta de dados de usuários.

3) Twitter

O Twitter também possui cerca de 90% de seu faturamento proveniente de publicidade. A plataforma oferece diversas formas de anúncio na linha do tempo e em conteúdos específicos, como cartelas (*cards*), imagens e vídeos gravados (por meio do aplicativo Vine) ou streaming (por meio do aplicativo Periscope). O site oferece funcionalidades de engajamento ou conversão como cadastros ou inscrição em listas ou serviços. Outro produto é a promoção de aplicativos, com o recurso de download diretamente do tweet. Seguindo a lógica do Facebook, o Twitter abre a possibilidade de mensagens patrocinadas nas linhas do tempo dos usuários. Ele também comercializa as indicações aos usuários de quem seguir (uma marca pode pagar para que o ato de segui-la no SRS seja mais indicado no painel de recomendação “Quem Seguir”. O Twitter apostou em uma receita que não é adotada por concorrentes: a venda de dados dos usuários (*data licensing*). Com uma base grande de informações estruturada especialmente em cima de interesses por meio das palavras-chave (*hashtags*), o site passou a monetizar o acesso a dados de postagens mais antigas, mantendo como públicas apenas aquelas dos dias anteriores.

4) Instagram

Adquirido pelo Facebook em 2012, o Instagram vem assumindo destaque entre os SRS, e como canal de publicidade, pelo crescimento de sua base de usuários. Diferentemente do Facebook e do Twitter, o aplicativo é ancorado em um formato central: o de imagens. A plataforma oferece a empresas a possibilidades de anúncios de foto, de vídeo, em carrossel e em histórias (*stories*).

5) Qzone, QQ e WeChat

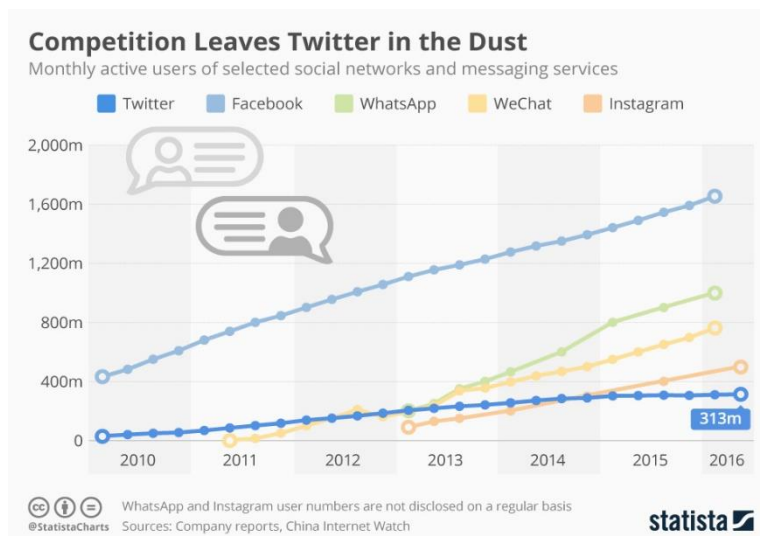
Os três SRS Tencent dominam o mercado chinês com um modelo mais complexo que os demais. Qzone é uma rede social semelhante ao Facebook, enquanto QQ e WeChat são similares ao Whatsapp. QQ e Qzone veiculam anúncios de texto e imagem, vídeos curtos, cupons associados a textos e anúncios de vizinhança (proveniente de serviços nas localidades de onde o usuário se encontra). No Qzone também é possível patrocinar posts. A empresa lançou aplicativos de notícias e vídeo que também possuem formas próprias de anúncios, como banner, no interior do feed ou no início de vídeos (como no Youtube). A grande diferença é a cobrança por modalidades de assinatura com serviços adicionais (a empresa ainda controla serviços de pagamento online, mas eles não estão associados à atividade do SRS. A Tencent é a maior desenvolvedora de jogos eletrônicos e os SRS têm nos games uma fonte adicional de recursos para a empresa.

Feita a descrição dos modelos de negócio, o texto passa então para a segunda parte da análise, que focará o mercado de SRS. Em diferentes levantamentos há recortes que por vezes deixam um ou outro site ou grupos de sites de fora. O recorte do presente texto vai trabalhar com as principais plataformas a partir das variáveis elencadas na seção anterior.

Número de usuários

O Facebook é, com larga vantagem, o principal SRS neste quesito (1,968 milhão de usuários), seguido por Whatsapp (1,2 milhão), Facebook Messenger (1 milhão), WeChat (889 milhões), QQ (868 milhões), Instagram (600 milhões), Qzone (595 milhões), Tumblr (550 milhões), Twitter (319 milhões) e Sina Weibo (313 milhões). Uma análise histórica²² mostra a consolidação da liderança do Facebook e a emergência dos SRS de mensagem.

22 Informação disponível em: http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-platforms/title-chart-day/attachment/chartoftheday_5358_twitter's_user_growth_in_perspective_n/.



Fonte: Smart Insights, abril de 2017.

Alcance

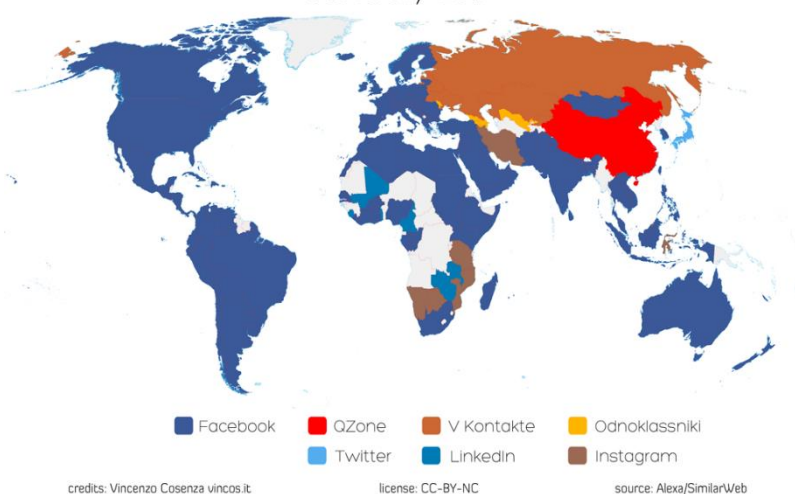
Embora os relatórios anuais e fontes oficiais das empresas controladoras não tragam informações detalhadas sobre quais são os países nos quais há usuários de cada plataforma. O volume de usuários e fontes secundárias apontam que o alcance global mais consolidado é o do Facebook²³. Um levantamento²⁴ com o SRS mais popular em cada país mostra uma distribuição territorial marcada pelo domínio completo do Facebook, liderança de SRS locais na China e Rússia e algumas exceções com países em que o Instagram ou o Twitter assumiram a posição de site mais popular.

23 Tomando como referência junho de 2016, 33,3% dos usuários eram da Ásia, 19,5% da América Latina, 19,5% da Europa, 13,3% da América do Norte, 8,7% da África, 4,5% do Oriente Médio e 1,2% da Oceania (<http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>).

24 World Map of Social Networks. Informação disponível em: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>.

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

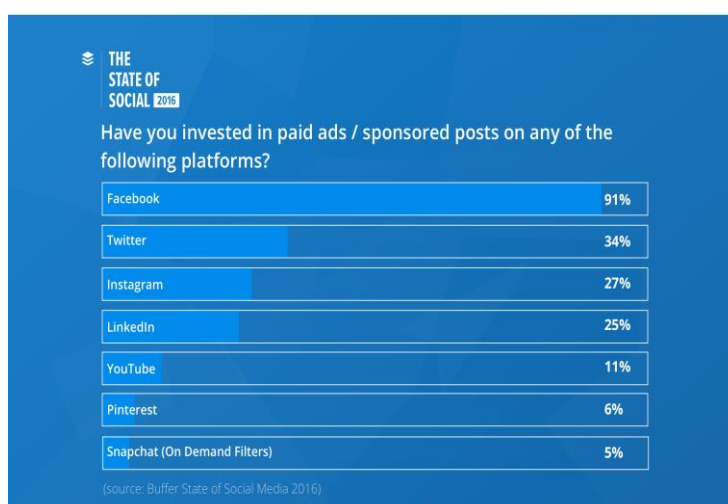
January 2017



Fonte: Vincos blog, 2017.

Anunciantes

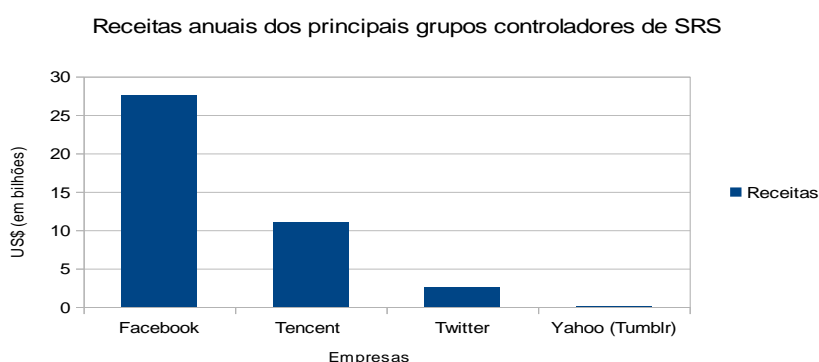
Se a lógica do negócio da publicidade é a venda de atenção de usuários a anunciantes, o principal consumidor da mercadoria são as marcas que produzem os anúncios veiculados. Embora as plataformas não revelem os números de anunciantes, fontes secundárias podem mostrar indícios das diferenças no mercado. Um levantamento (Read, 2016) revelou que o Facebook lidera com folga a preferência dos responsáveis pela área de marketing (foram consultadas mais de 1.200 firmas).



Fonte: Read, 2016

Receitas

Para esse indicador, é mais adequado tomar como unidade de comparação os grupos controladores, que por vezes são proprietários de mais de um SRS. A posição dominante do Facebook fica ainda mais destacada quando comparadas as receitas dos SRS. A empresa faturou US\$ 27,6 bilhões em 2016 (referentes ao Facebook.com, Facebook Messenger, Whatsapp e Instagram), contra US\$ 11 bilhões da Tencent (o



referente ao faturamento de Qzone, QQ e Wechat), US\$ 2,5 bilhões do Twitter e US\$ 70 milhões do Tumblr.

A análise do mercado

Conforma apontado anteriormente, a análise do mercado de SRS traz o desafio de combinar indicadores tradicionais de análise concorrencial com categorias específicas. A opção adotada aqui foi por essa articulação de modo que os dados pudessem contribuir para uma abordagem mais qualitativa a partir da compreensão das lógicas de funcionamento do mercado de maneira a permitir uma mirada sobre os níveis de competição no seu interior. Se tomada a dimensão dos usuários, vê-se que o Facebook está muito à frente dos demais, tendo quase o dobro do segundo colocado. Se empregada a mirada pormenorizada dividida entre Plataformas de Conteúdo Gerado por Usuários (PCGU) e Plataformas de Troca de Mensagens (PTM) o Facebook possui três vezes mais perfis do que o segundo colocado (Instagram).

Um recorte importante é a comparação por empresa, pois ela diz respeito diretamente ao mercado. Neste caso, Facebook (com Facebook.com, Facebook

Messenger, Whatsapp e Instagram) tem 57% dos usuários do conjunto dos 10 maiores SRS. Aí faz-se necessária uma ponderação importante. A segunda colocada, Tencent, tem 28% dos perfis do universo por ter grande popularidade na China, mas restringe-se a apenas este país e à comunidade fora nele. Se comparado à segunda empresa controladora de SRS de alcance global (Yahoo!, com o Tumblr), o primeiro possui share quase dez vezes maior que o segundo (57% contra 6%). Quando comparado com o Twitter, o share do Facebook é 15 vezes maior (57% contra 3,8%). Se utilizado o Cr4, Facebook, Tencent, Yahoo! e Twitter dominam praticamente todo o mercado, indicando alto grau de concentração neste quesito.

A liderança se manifesta no alcance territorial. O Facebook é a rede mais usada em 119 de 149 países. Apenas China e Rússia possuem o domínio de SRS locais (os da Tencent na primeira e o V Kontakte e Odnoklassniki na segunda). Há algumas exceções com preferências por Instagram, Twitter e LinkedIn, mas o domínio da companhia de Mark Zuckerberg é incontestável. A distribuição territorial potencializa o poder de mercado do Facebook e reforça o efeito de rede, mesmo que os círculos de amizade muitas vezes tenham dimensão nacional.

No indicador do domínio efetivo do negócio publicitário, o cruzamento da preferência entre os anunciantes e o faturamento reforça a posição de liderança da companhia. A receita do Facebook representa 67% do total entre os controladores dos 10 maiores SRS (US\$ 27,6 bilhões de US\$ 41,17 bilhões). Embora não haja dados disponíveis para verificar como isso se traduz na distribuição do número de anunciantes (ponderando que não se trata de uma atividade excludente, mas que pode ser operada em mais de uma plataforma ao mesmo tempo), o levantamento mostrado acima (Read, 2016) sustenta o entendimento com o Facebook sendo usado para anúncios pagos por 91% dos entrevistados (2,6 vezes maior do que o segundo colocado, Twitter, plataforma utilizada por 35% dos entrevistados).

Conclusões e apontamentos para pesquisas futuras

O presente artigo teve como intuito colocar a importância da problemática econômica das plataformas *online*, em especial dos Sites de Redes Sociais. O percurso argumentativo teve início com uma caracterização dessas plataformas e dos negócios realizados por meio delas, passou para a identificação da natureza econômica dos sites de redes sociais e fixou os referenciais e instrumentos a partir do lastro na literatura econômica da concorrência e do direito antitruste. Por fim, o texto chegou à análise ao descrever os modelos de negócio e comparar o desempenho dos 10 maiores SRS em um conjunto de indicadores.

A análise a partir da abordagem qualitativa proposta revela obstáculos importantes à concorrência neste mercado. O Facebook aparece como principal agente com 57% do total de perfis, liderança em 80% dos países e 67% da receita total do universo pesquisado. A empresa controla o segundo SRS no ranking de usuários e o primeiro no de Plataformas de Trocas de Mensagens (Whatsapp) e a segunda Plataforma de Conteúdo Gerado pelo Usuário (Instagram). A aquisição de concorrentes com potencial é uma conhecida estratégia de minar a competição e constitui-se como barreira à entrada importante pela diferença de capital entre a firma-líder e aquelas startups que tentam atuar no mercado.

No tocante aos demais agentes, o fato do concorrente mais próximo em usuários e receita (Tencent) estar focado praticamente em um país (China) aprofunda o quadro de concentração e é, ao mesmo tempo, uma evidência das barreiras à entrada neste mercado com a dificuldade de expansão dos SRS (WeChat, QQ e Qzone) para além do país. A título de comparação, no mercado de jogos a Tencent conseguiu alcance global e se tornou o principal agente de mercado. A Yahoo! (controladora do Tumblr) passou por sérias dificuldades financeiras e foi vendida à Verizon, além do Tumblr ter um modelo de negócio com baixo desempenho. O Twitter, com forte presença nos Estados Unidos, vem passando pela estagnação no crescimento de usuários e uma ampliação em ritmo lento das receitas. O Snapchat, que vem tendo bom ritmo de crescimento, ainda

possui faturamento correspondente a 1,4% do Facebook (US\$ 400 milhões contra US\$ 27,6 bilhões).

A concorrência entre as duas plataformas é outro exemplo das barreiras à entrada do mercado. O Facebook tentou usar da estratégia de aquisição já mencionada (como fez com Whatsapp e Instagram). Sem sucesso, incorporou aos seus SRS o principal elemento diferenciador do produto do Snapchat: o formato de histórias (stories). Atualmente, seus SRS já são palco de mais histórias do que o criador do formato. O domínio da tecnologia é outra barreira à entrada forte no mercado, fenômeno que se combina com o controle e a alta capacidade de exploração dos dados dos usuários.

É possível afirmar que o Facebook configura um monopólio digital no sentido discutido no texto. Ele domina o mercado dos SRS nos diversos aspectos tratados e vem espraiando sua atuação para além deste, como por meio do fornecimento de tecnologias e aplicativos de realidade virtual (com a empresa Oculus) ou pelo serviço de TV anunciado em maio de 2017. Tomando o quesito da possibilidade de escolha dos usuários, é possível abandonar a plataforma, mas o efeito de rede e a incorporação de cada vez mais atividades nela (como comércio, grupos, eventos, páginas) dificulta o êxodo. A característica do mercado de possibilidade de uso concomitante diminui ainda mais as possibilidades de saída uma vez que não exige do usuário ou consumidor (anunciante) que a entrada em uma nova plataforma signifique o abandono do FB.

Em relação ao bem estar dos usuários, o forte poder de mercado do Facebook não tem efeito apenas econômico de criar obstáculos ao surgimento de outros agentes, mas impacta diretamente um espaço que assume crescentemente o papel de construção e reprodução das sociabilidades, de acesso a informações e aos acontecimentos, de fruição de expressões culturais e de debate público. O controle desses processos pode implicar um poder sobre todas essas práticas e interações sociais de um contingente representativo da população mundial²⁵.

25 Não é o objeto do presente artigo, mas os riscos mencionados já vêm levantando questionamentos contra o Facebook como na criação de bolhas ideológicas, na manipulação de eleições, nos reforços de discursos de ódio e práticas de assédio, entre outros.

O presente texto pretendeu fazer um exercício de análise do mercado de SRS. Nos limites deste esforço, não conseguiu aprofundar discussões importantes que merecem ser atenção de estudos futuros. A primeira delas é a dimensão econômica das plataformas online como um todo. A segunda é o fenômeno dos monopólios digitais e como eles se manifestam no interior do universo das plataformas e em mercados específicos (como o de mecanismos de busca). A terceira é como atualizar os referenciais e instrumentos da análise concorrencial e do direito antitruste para o cenário digital e, em especial, das plataformas. A quarta é a relação entre os modelos de negócio dos SRS e suas estratégias, arquiteturas técnicas e serviços oferecidos. Por fim, tomando a competição como um meio e não fim em si mesmo, faz-se necessário desenvolver uma análise mais detida dos impactos negativos do quadro de concentração no mercado de SRS e os impactos que isso pode ter para o bem estar dos usuários.

Referências Bibliográficas

Ahmad, N. e Schreyer, P., 2016. Measuring GDP in a Digitalised Economy. *OECD Statistics Working Papers*, 2016/07, Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5jlwqd81d09r-en>

Asno, E., 2017. How much time people spend in social media. *Social Media Today*, [online] 4 de janeiro. Disponível em: <http://www.socialmediatoday.com/marketing/how-much-time-do-people-spend-social-media-infographic> [Acessado 20 de junho de 2017].

Autorité de la Concurrence and Bundeskartellamt, 2016. *Competition, Law and Data*. Autorité de la Concurrence and Bundeskartellamt. Disponível em: <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/doc/reportcompetitionlawanddatafinal.pdf> [Acessado 22 de junho de 2017].

Bolaño, C. R. S., 2000. *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo: Hucitec.

Buccirossi, P., 2008. *Handbook of antitrust economics*. Cambridge: MIT Press.

Common Sense Media, 2015. The common sense census: media use by tweens and teens.

Eijk, N. V., Fahy, R., Til, H. V., Nooren, P., Stokking, H., & Gelever, H. F. B. F., 2015. Digital platforms: an analytical framework for identifying and evaluating policy options. [pdf] Disponível em: <https://www.tno.nl/media/7366/analytical_framework_digital_platforms_tno_eccd_18_april_2016_no_poll.pdf> [Acessado 16 de junho de 2017].

European Commission, 2016. Online platforms. *Commission staff working document accompanying the document Communication on Online Platforms and the Digital Single Market*. Com(2016) 288. European Commission.

Evans, D. and Schmalensee, R., 2016. *Matchmakers: the new economics of multisided platforms*. Boston: Harvard Business Review Press.

Gawer, A., 2014. Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. In: *Research Policy*, Volume 43, Issue 7, September 2014, Pages 1239-1249.

ICN, 2016. *Market studies good practices handbook*. Revised handbook presented at the 15th Annual Conference of the ICN, Singapore, April 2016.

Machkovech, S., 2017. Report: Facebook help advertisers target teens who feels “worthless”. *ARS Technica* [online].

<<https://arstechnica.com/business/2017/05/facebook-helped-advertisers-target-teens-who-feel-worthless/>> [Acessado 28 de junho de 2017].

Marx, K., 1996. *O capital: crítica da economia política*. Coordenação e revisão de Paul Singer. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Nova Cultural, 1996. (Os Pensadores, livro 1, tomo 2).

Mirani, Leo., 2015. Millions of Facebook users have no idea they are using the Internet. *Quartz*, [online] 9 de fevereiro. <<https://qz.com/1015824/there-are-so-few-women-running-startups-because-investors-keep-asking-them-these-questions/>> [Acessado 25 de junho de 2017].

Motta, M., 2004. *Competition policy: theory and practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Newman, N., Levy, D. A. and Nielsen, R. K., 2016. Reuters Institute digital news report 2016. [pdf] Londres: Reuters Institute. Disponível em: <<http://po.st/lfJFXh>> [Acessado 12 de junho de 2017].

O'Keeffe, G. S., and Clarke-Pearson, K., 2011. The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.

Oliveira, G.A.S., 2014. Indicadores de concorrência. Documento de Trabalho 01/20014, Departamento de Estudos Econômicos. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica.

Read, Ash. The Future of Social Media (And How to Prepare For It): The State of Social Media 2016 Report. Buffer Social. <https://blog.bufferapp.com/social-media-2016?utm_content=buffere6bc9&utm_medium=buffer_social&utm_source=facebook&utm_campaign=buffer_updates#key> [Acessado em 17 de junho de 2017].

Santos, F. R., 1989. El concepto de red social. *Reis*, 137-152.

Vap Gorp, N., & Batura, O., 2015. *Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy, study for the European Parliament*. <[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU% 20](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU%20)> [Acessado 2 de junho de 2017].

We are social, 2017. Digital overview 2017. Disponível em: <<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>> [Acessado 20 de junho de 2017].

A FORMAÇÃO PROFISSIONAL ATRAVÉS DO DIAGNÓSTICO SOCIO-ORGANIZACIONAL DA REDE SOCIAL

JOAQUIM FIALHO

Universidade de Évora|D.Sociologia|Cics.Nova.

jfialho@uevora.pt

CARLOS ALBERTO DA SILVA

Universidade de Évora|D.Sociologia|Cics.Nova.

casilva@uevora.pt

JOSÉ SARAGOÇA

Universidade de Évora|D.Sociologia|Cics.Nova.

jsaragoca@uevora.pt

RESUMO

Este artigo resulta dum trabalho de investigação realizado entre os anos de 2004 e 2007, na região Alentejo (Portugal). Com o recurso à metodologia de análise de redes sociais, a equipa de investigação procurou identificar as dinâmicas de cooperação que se estabeleceram entre as organizações que desenvolvem ações de formação profissional neste território. Sendo uma região prioritária em termos de aplicação de Fundos Estruturais da União Europeia, a equipa de investigação procurou identificar as lógicas de partilha de recursos, a definição de estratégias de formação e, por último, o posicionamento dos atores na rede.

Palavras-chave: análise de redes sociais, cooperação, formação profissional

ABSTRACT

This article results from a research carried out between the years 2004 and 2007, in the Alentejo region (Portugal). Using the methodology of social networks analysis, the research team sought to identify the dynamics of cooperation that have been established among organizations that develop professional training actions in this territory. As a priority region in terms of the implementation of EU Structural Funds, the research team sought to identify the logics of resource sharing, the definition of training strategies and, finally, the positioning of actors in the network.

Keywords: social network analysis, cooperation, vocational training

Introdução

A precisão do conceito de rede é complexa e exposta a alguma confusão de sentidos e contra sentidos. A vasta e dispersa literatura internacional sobre o tema deixa em aberto uma série de enfoques sobre o estudo das redes.

Para Nohria (1992) as perspectivas de redes e consequente aplicação no estudo das organizações pelos diferentes autores, partem comumente do postulado que as organizações se contextualizam e ancoram em redes sociais e devem ser investigadas enquanto tal. Uma rede social é, por inerência, um conjunto de pessoas, organizações, etc., que se encontram ligadas entre si através dum conjunto de relações sociais de tipo específico. Nesta perspectiva, a estrutura de qualquer organização deve ser estudada e compreendida relativamente às suas redes múltiplas de relações internas e externas. Neste quadro, todas as organizações são redes e a forma organizacional depende das características particulares das redes

Uma rede organizacional pode ser entendida como uma estrutura organizacional, na qual participam empresas que, por consequência de limitações de ordem dimensional, estrutural e financeira não apresentam condições de sobrevivência e/ou desenvolvimento. Estas estruturas são constituídas por uma estrutura de células, cuja composição é pautada por ausência de rigor mas, cujo funcionamento das atividades produz mais valias para as partes. Entre alguns dos exemplos, encontram-se as simples trocas de informações.

Na investigação que sustenta este artigo, procurámos identificar as dinâmicas interorganizacionais das entidades formadoras, designadamente ao nível dos processos e formas de cooperação desenvolvidas pelas entidades que desenvolvem ações de formação profissional no Alentejo (Portugal).

1. Elementos teóricos enquadradores

Os últimos anos têm sido pautados por enormes metamorfoses nos mais variados sectores da sociedade. Dos novos modos de produção às novas formas de comunicação, este processo contínuo e dinâmico, tem subjacente o fenómeno «globalização» do qual não é indiferente o avanço tecnológico.

Por conseguinte, daqui resulta um aumento da incerteza e da insegurança dentro das organizações, as quais, para poderem subsistir, necessitam de reestruturações, processos de flexibilização e, fundamentalmente, novas formas de inovação e configuração dos ambientes em que se enquadram. As necessidades de novas respostas, conducentes a práticas de inovação tecnológica e de gestão, resultam da necessidade estratégica das organizações solidificarem as suas bases no campo da inevitável mutação.

Se hoje é certo que temos o mundo à distância dum simples *clique*, também é certo que as novas exigências que se colocam às organizações se complexificam. O que hoje é atual, amanhã já não o é. O que hoje é conhecimento mediático, amanhã é história. As novas competências que hoje se exigem em processos de produção e comunicação, paulatinamente, são substituídas pela força das novas exigências desta incerteza organizacional.

O primado das organizações fechadas e autossuficientes parece estar a entrar nos «*anais*» da história. Neste clima de incerteza ganha fundamento a necessidade das organizações se associarem, unirem esforços, delinarem estratégias comuns de atuação, rumo a objetivos individuais e coletivos.

Consequentemente, também a necessidade das organizações atuarem conjuntamente e associadas, partilhando os mais diversos recursos, como por exemplo, informação e conhecimento, vem fundamentar a tese da necessidade de cooperação interorganizacional. A concorrência cada vez mais «perversa», implica uma cultura organizacional cada vez mais estratégica e de rutura com anteriores modelos organizacionais virados para dentro, em busca duma economia de escala e sem preocupações com as variáveis do ambiente.

Neste quadro de metamorfoses sócio-organizacionais, o processo de promoção de competências técnicas nas organizações e nos seus recursos humanos, pressupõe novas e exigentes respostas formativas. As organizações não podem estar indiferentes.

A construção e dinamização de redes interorganizacionais e consequentes processos de cooperação que daí possam resultar pode vir a ser uma estratégia para o êxito das organizações, conforme será discutido mais adiante neste trabalho.

Genericamente, podemos encontrar redes nos mais diversos quadrantes da sociedade. As redes de fornecedores e de empresas, as múltiplas redes de comunicações, as redes associadas à intervenção social com públicos desfavorecidos, entre outras, são alguns dos exemplos desta pluralidade de redes. Por outro lado, esta multiplicidade de redes torna delicado o seu processo de operacionalização e, consequentemente, a charneira entre as mais distintas tipologias.

Do ponto de vista da operacionalização, podemos encontrar três elementos distintos para a perceção das suas fronteiras das redes:

- ✓ *ECONÓMICO* que pressupõe as atividades e recursos que servem de intercâmbio nas redes;
- ✓ *SOCIAL* no qual se enquadram os atores das redes e as relações de confiança que estabelecem entre si;
- ✓ *ESTRATÉGICO* que surge associado ao valor que é produzido no quadro da rede.

A precisão do conceito de rede é complexa e exposta a alguma confusão de sentidos e contrassentidos. A vasta e dispersa literatura internacional sobre o tema deixa em aberto uma série de enfoques para o estudo das redes.

Por conseguinte, neste quadro dos sentidos e contra sentidos da «rede», está presente um ponto comum ou seja, uma relação que se estabelece entre duas ou mais partes. Obviamente que o conceito se torna complexo e mutável de acordo com o contexto em que é utilizado, pressupondo uma aprofundada reflexão conceptual.

As redes surgem associadas às lógicas de fluxos e de circulação e na qual podemos enquadrar as redes de comunicação, transportes, água, telecomunicações, etc. É nesta linha que podemos encontrar, entre outros, redes de fluxo unidireccional, cujos pontos de partida e de chegada se encontram bem estabelecidos e, um outro, de carácter

multidireccional, no qual os fluxos se registam sem que se verifique um centro impulsionador, percorrendo os vários elementos que se complementam para formar a rede. O caso mais paradigmático e que mais tem revolucionado esta multidireccionalidade de fluxos é a comunicação através da Internet.

Por outro lado, no quadro dos negócios e do ambiente organizacional, a rede assume a função de organização intermédia entre a empresa e o mercado, numa espécie de fator de coordenação e fluência da atividade económica.

O quadro a seguir apresentado, reflete, ainda que genericamente, alguns dos enfoques do conceito de rede em duas áreas do conhecimento:

Obviamente que o homem enquanto ser social vive em constante interação com diversos elementos: pessoas, grupos, instituições, papéis sociais, entre outros. Este comportamento social do homem tem por base uma perspectiva de rede, na qual, as interações estabelecidas, a partilha e a complementaridade de relações dão vida ao conceito de rede.

Acrescenta Nohria (1992) que as perspectivas de redes e consequente aplicação no estudo das organizações pelos diferentes autores, partem comumente do postulado que as organizações se contextualizam e ancoram em redes sociais e devem ser investigadas enquanto tal. Uma rede social é, por inerência, um conjunto de pessoas, organizações, etc., que se encontram ligadas entre si através dum conjunto de relações sociais de tipo específico. Nesta perspectiva, a estrutura de qualquer organização deve ser estudada e compreendida relativamente às suas redes múltiplas de relações internas e externas. Neste quadro, todas as organizações são redes e a forma organizacional depende das características particulares das redes.

Uma rede organizacional pode ser entendida como uma estrutura organizacional, na qual participam empresas que por consequência de limitações de ordem dimensional, estrutural e financeira não apresentam condições de sobrevivência e/ou desenvolvimento. Estas estruturas são constituídas por uma estrutura de células, cuja composição é pautada por ausência de rigor mas, cujo funcionamento das atividades produz mais valias para as partes. Entre alguns dos exemplos, encontram-se as simples trocas de informações.

As redes também podem assumir diversas aplicações e variações: Redes de pequenas e médias empresas, Redes *Top-down*, Redes de subcontratação, Redes de relacionamento, Redes de informação, Redes de pesquisa e investigação, Redes de comunicação, etc.

A análise de redes «olha» para a realidade social como uma estrutura de relações que envolvem entidades interdependentes (grupos, indivíduos, organizações, etc.). O foco central de análise é a relação que pode assumir a vários níveis: amizade, aconselhamento, comunicação, influência, autoridade, variando consoante as situações e/ou entidades sociais que estão no objetivo da investigação. O agregado destas relações é a rede social. O sistema social é concebido por redes de redes, isto é, a realidade social é programada ao nível de redes que se encontram conectadas umas com as outras (Varanda, 2000). Contudo, a rede não é simplesmente uma consequência das relações que ocorrem entre os atores, pode ser simultaneamente o resultado da ausência de relações, da falta de laços diretos entre dois atores, numa lógica do que Burt (1992) denominou de “buraco estrutural” da rede.

A análise de redes, segundo Wasserman e Faust, (1994); Lazega, (1998); Varanda, (2000); pressupõe uma lógica de análise estrutural que assenta em dois objetivos centrais:

- I. a identificação de determinados padrões de interação social e, por outro lado,
- II. compreender a influência desses padrões no comportamento dos atores sociais.

Trata-se dum processo de matriz indutiva que parte de relações sociais objetivas e caminha até padrões de relacionamento que formam a estrutura social dum determinado sistema. Estes padrões de relacionamento podem ser mensuráveis matematicamente pela teoria dos grafos, pela teoria estatística e probabilística e através de modelos algébricos (Wasserman e Faust, 1994; Lazega, 1998; Varanda, 2000).

A organização social do mundo que tem por base os seus atributos difere muito das lógicas que identificam os padrões a partir das “relações” que constituem a base da análise estrutural. Os atributos são qualidades associadas à unidade que não consideram as relações dessa mesma unidade com outras unidades ou com o contexto social específico dentro do qual essas qualidades são observáveis. A construção de categorias *à priori*, assentes em atributos, sustenta-se no pressuposto da independência estatística e

tem como objetivo determinar a forma como se relacionam determinadas variáveis. Assim, a análise sustenta-se nas relações entre variáveis e não nas relações entre os atores.

Segundo Knoke e Kuklinski (1982), as óticas mais atomistas das ciências sociais têm interiorizado que os atores sociais procedem a escolhas de forma independente, ao invés da análise de redes em que qualquer ator pode integrar um sistema social que envolve muitos atores que representam pontos de referência fundamentais nas decisões a tomar. Este enfoque nas relações que ligam os atores no quadro dum determinado sistema permite uma percepção da estrutura social global e os seus componentes bem como facilita a deteção de fenómeno sociais emergentes que não são identificáveis individualmente nos atores sociais.

Referem Knoke e Kuklinski (1982) que as relações entre os atores numa rede têm forma e conteúdo. O conteúdo é atribuído pela natureza dos laços (amizade, poder, etc.), enquanto a forma de relação sustenta-se em dois pilares:

1. A intensidade e/ou a força do laço entre dois atores;
2. A frequência e o grau de reciprocidade com que esse laço se manifesta.

Assim, podem ser encontrados dois caminhos para o processo de análise das redes sociais:

- ▶ O da relação, relegando para segundo plano os atributos;
- ▶ O da deteção de padrões de relacionamento e compreensão dos seus efeitos ao nível dos atores/fenómenos analisados.

A sociologia e a teoria dos grafos pretendem analisar a dinâmica do grupo em função das relações que os seus membros estabelecem. Esta análise estrutural fornece indicadores que permitem identificar algumas propriedades do grupo ou até mesmo caracterizar a influência que cada indivíduo ocupa no grupo.

Este quadro de teórico sobre as redes sociais parte das relações sociais para definir a estrutura social em rutura com as análises «ditas tradicionais» das ciências sociais. Nesta linha, o processo de investigação parte da identificação de categorias predefinidas (classes sociais, grupos, departamentos, etc.) seguindo-se um levantamento das unidades independentes entre si, as quais são posteriormente agregadas com a intenção de perceber a consistência no seu comportamento. Apesar da grande maioria

das teorias sociológicas se debruçar ao nível do relacionamento entre os atores, o contributo mais significativo da análise das redes resulta da introdução de instrumentos técnicos que possibilitam avaliar empiricamente os postulados teóricos sobre a natureza das relações e o carácter estrutural das redes. Em síntese, a análise de redes facilita a operacionalização do conceito de estrutura social e abandona a utilização vaga e generalista que não se coadunava com o postulado duma ciência social concebida num quadro de rigor (Wasserman e Faust, 1994; Scott, 2000; Varanda, 2000).

Apesar destes avanços, a análise de redes sociais continua a estar associada a uma elite de cientistas sociais que dominam uma linguagem muito particular e que, em certa medida, pode funcionar como um obstáculo para os cientistas sociais mais familiarizados com a lógica dos atributos nas suas análises dos fenómenos sociais.

Dentro desta linguagem muito particular, as matrizes e os grafos têm-se constituído como a principal ferramenta para traçar e apresentar as interações entre indivíduos, grupos e organizações.

As características particulares da análise de redes sociais fazem com que as ferramentas estatísticas de uso corrente no seu todo não sejam adequadas para a análise das redes. É por esta razão que, um pouco por todo o mundo, vários investigadores têm desenvolvido instrumentos matemáticos/informáticos específicos para a análise de redes sociais, nomeadamente ao nível de ferramentas que permitem criar e analisar indicadores que explicam a estrutura individual e coletiva duma determinada rede.

2. As lógicas de cooperação entre os atores da rede

Um dos conceitos estruturantes na compreensão das redes interorganizacionais assenta sobretudo no entendimento que se tem da «relação de troca». Sempre que se fala em rede é necessário que tal troca se verifique de forma interdependente, recíproca, dinâmica e continuamente. Esta troca tem o seu início a partir do momento em que são apercebidos os diversos tipos de interdependência entre atividades e recursos, não assumindo uma marca «discreta», assumindo-se como um processo no qual os atores

aprendem sobre as suas capacidade e necessidades, reforçando essas interdependências na procura de valor. Quer isto também dizer que nenhuma das atividades é realizada de forma isolada, na medida em que cada ator se encontra envolvido numa rede de relacionamentos.

Este quadro de relacionamentos dos atores na rede pressupõe uma base de apreensão, modificação e adaptação aos outros que consigo interagem. Por conseguinte, este acumular de relacionamentos, sempre é influenciado por uma mudança numa das atividades, pressupõe adaptações ao longo das demais cadeias de atividade. Consequentemente, gera-se uma reciprocidade sustentada temporalmente, inspirada numa premissa de confiança entre os atores.

De acordo com o modelo sueco de Hakansson e Johansson (1993), os atores da rede são identificados pelas atividades que executam e pelo número de recursos que controlam, encontrando-se ligados a outros atores, num primeiro nível, através de recursos e atividades, sendo que não só estas últimas se podem encontrar conectadas em termos técnicos, administrativos, comerciais, etc, bem como os recursos partilhados podem ir da tecnologia até materiais e/ou matérias-primas e conhecimentos.

Neste cenário há uma questão assume uma relevância central: *quais as motivações que estão na base da cooperação entre os atores da rede?* Segundo Corvelo *et al.* os principais incentivos à cooperação assentam sobretudo no nível económico e na exploração de complementaridades com o objetivo de partilha de recursos e competências para criação de valor conjunto.

3. A matriz de investigação

Esta investigação procurou identificar a dinâmica da formação profissional no Alentejo Central, nomeadamente sobre a estrutura de relações que se estabelecia entre as entidades formadoras¹. A inexistência de estudos que abordem o tema e a reflexão

¹ Só foram consideradas as relações interorganizacionais entre as entidades formadoras do Alentejo Central. Não se consideraram as relações das entidades formadoras com outras entidades externas

que se tem implementado em prol das exigências no Quadro Europeu de Qualificação (QEQ), tornaram este estudo de caso um aliciante para a análise e reflexão das políticas de formação a nível nacional e regional. A diversidade de entidades formadoras com sede no Alentejo Central e muitas outras que aqui operam geram uma dinâmica de formação aparentemente agressiva em prol da tentativa de canalização de apoios financeiros para a implementação de projetos e ações de formação profissional.

Atendendo aos indícios de interações entre entidades formadoras do Alentejo Central, pretendeu-se identificar, como pergunta de partida para a investigação, «*quais as características e dinâmicas que sustentam as redes de cooperação interorganizacional das entidades formadoras do Alentejo Central*». Assim, face ao conhecimento etnográfico do terreno, à diversidade de entidades formadoras que operam no Alentejo Central e ao número de formandos envolvidos nas ações de formação profissional, partiu-se de princípio que existia uma dinâmica de cooperação e de relacionamentos interorganizacionais entre as entidades formadoras. Na assunção de que existe cooperação, pretendeu-se identificar a dinâmica da rede², principalmente o tipo de rede, o que está na base da cooperação³ ou seja, como se estrutura a cooperação interorganizacional das entidades formadoras em causa.

Na delimitação da investigação foram considerados três pilares:

1. A delimitação organizacional/universo⁴: todas as entidades formadoras (30) acreditadas pelo IQF em janeiro de 2006;
2. A delimitação geográfica: NUT “Alentejo Central”;
3. A delimitação temporal. Entidades acreditadas em 28 de janeiro de 2006.

(formadoras e não formadoras) pelo facto de se vir a obter uma rede de relações infundável pois, uma das dificuldades que se coloca na metodologia de Análise de Redes Sociais é a sabermos onde começa a rede e podermos não vir a encontrar o seu final.

² Pretendeu-se saber se a densidade, centralidade, proximidade, intermediação, a regularidade das relações na rede e como se estruturam.

³ O quadro de cooperação preconizado assenta no tipo de recursos que se partilham na rede, como por exemplo recursos humanos (formandos e formadores), financeiros e técnicos/logísticos (salas de formação e outros equipamentos de apoio à formação).

⁴ É importante referir que a listagem de entidades é dinâmica, com constantes entradas e saídas. Tal facto deve-se ao processo de renovação da acreditação. Assim, como critério de rigor na definição das entidades optou-se pelas que se encontravam acreditadas em janeiro de 2006, período em que esta investigação reuniu condições para avançar para trabalho de campo.

A nível estrutural, procurou-se identificar o número de interações existentes entre os participantes da rede em relação ao número potencial, nomeadamente a coesão da rede; enquanto que, a nível posicional procurou-se estudar o posicionamento dos atores na rede, nomeadamente se são centrais, periféricos ou intermediários nas relações através do recurso às medidas de centralidade, intermediação e de equivalência estrutural.

Como principais instrumentos base para a recolha de informação foram utilizados o questionário sociométrico e a entrevista semiestruturada, sem negligenciar outros procedimentos, tais como a análise documental e a observação nas organizações estudadas.

4. Principais resultados da investigação

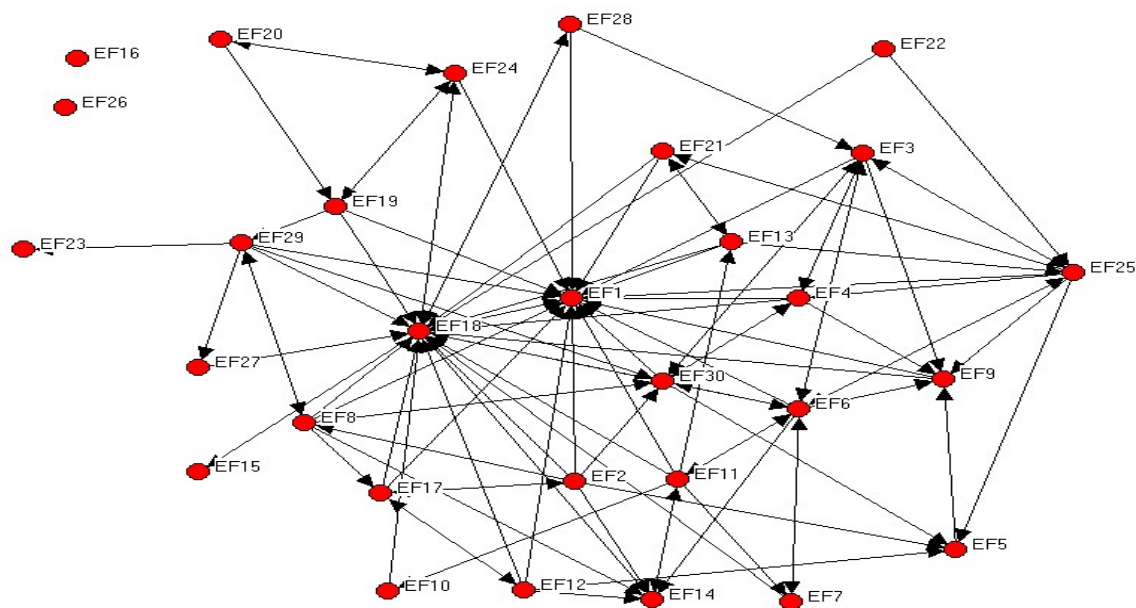
A leitura do grafo (Fig. 1) e a análise da matriz que o sustenta, ancorada na apreciação estatística, culmina-se numa rede de baixa densidade. O cálculo desta medida no UCINET apresenta uma densidade média da rede de 11,84%, ou seja, uma densidade muito abaixo da razoabilidade. Quer isto dizer que, num quadro de 100% de relações possíveis (rede total), apenas se verificam 11,84% de interações entre as entidades formadoras. Por conseguinte, numa possibilidade máxima de 870 interações na rede (30x29), apenas se registaram 103 fluxos de relacionamentos formais entre as entidades formadoras do Alentejo Central.

Por outro lado, considera-se abaixo da razoabilidade atendendo a que seria de esperar a definição de estratégias conjuntas de formação como caminho para a viabilização de Planos de Formação das entidades (entenda-se: evitar sobreposições de candidaturas a ações de formação). Contudo, esta baixa densidade, que se entende como negativa, é um fator determinante na identificação das fragilidades do mercado de formação local. Por exemplo, uma entidade formadora, no período da realização do trabalho de campo encontrava-se a operar, tendo o seu dirigente referido dificuldades em manter a sua atividade por influência direta da «agressividade do mercado». Alguns meses depois do trabalho de campo, a entidade encerrou por dificuldades de sustentação financeira.

Por estes indicadores pode-se inferir também que estamos perante uma rede fraca, pautada por uma lógica de ausência de relacionamentos regulares entre as entidades formadoras. Porém, também é visível que as duas entidades formadoras públicas assumem um papel central na rede o que, numa primeira análise, nos remete para um quadro de maior influência comparativamente com as restantes entidades.

Estas duas entidades públicas são importantes na rede porque são elas que determinam de forma indireta⁵ a dinâmica do mercado de formação. O facto de serem detentoras dum manancial de informação técnica, a posse de estruturas de formação bem apetrechadas em salas e equipamentos, a sua «maior» solidez em termos financeiros, transforma estas entidades em entidades de referência para as restantes entidades formadoras do Alentejo Central.

FIGURA 1
Grafo rede formal



Numa outra lógica de interação, a rede informal apresenta uma centralização de 40,39%, o que quer dizer que se está perante uma rede em cerca de 40% das relações de

⁵ Utiliza-se a terminologia «forma indireta» pelo facto de não existir a definição de estratégias conjuntas de formação e pelo facto de se tratar duma influência identificada no trabalho de campo. Assim, apesar de não se registar uma influência e dependência direta das restantes entidades para com as entidades públicas, é certo que estas servem de referência para o mercado de formação.

desenvolvem no centro da rede. A este cenário está associado o facto das duas entidades públicas se situarem no coração da rede e, sendo entidades bastante importantes na rede, são cumulativamente responsáveis por esta centralização. Por outro lado, este indicador de centralização evidencia que quanto mais afastadas estiverem as entidades do centro da rede, menor será a sua influência na rede. Este enfoque da centralização da rede consubstancia a tese da dependência de informação das restantes entidades formadoras para com as entidades públicas e consubstancia uma rede de:

- ▶ Estruturada em prol de laços fracos entre a generalidade das entidades;
- ▶ Consubstancia-se a tese da proximidade entre as associações de desenvolvimento;
- ▶ Enfatiza-se a tendência da centralidade (passiva) das entidades públicas, na medida em que são os principais elementos recetores de fluxos.

Foi consensual durante as entrevistas por parte de todos os atores que o trabalho interorganizacional das entidades formadoras apresenta potencialidades e constrangimentos.

Da análise das entrevistas, há um contrassenso objetivo entre o discurso e a prática dos atores. Assim, se atendermos que estamos perante uma rede de baixa densidade e pautada por uma dinâmica ténue em que se sobressaem as entidades públicas, não restam muitas dúvidas que o discurso não corresponde à prática da rede. Mesmo assim, os atores enunciaram algumas das suas vantagens ao nível do trabalho interorganizacional.

Segundo os atores, uma das principais vantagens do trabalho em rede assenta numa lógica de instrumentalização, em que a participação na rede pode ser um sinónimo de obtenção de dividendos e mais-valias. Igualmente, a principal potencialidade do trabalho interorganizacional (38,5%) tem por base a lógica da partilha de recursos entre entidades formadoras.

5. Algumas considerações sobre a rede das entidades formadoras

A matriz base desta investigação procurou identificar os relacionamentos que se estabelecem de forma regular entre as entidades formadoras do Alentejo Central. Partindo do pressuposto de que a cooperação entre as entidades formadoras é um processo fundamental para o funcionamento articulado e sustentado do mercado de formação profissional, uma forma de evitar ofertas formativas «avulso» e sobrepostas e, fundamentalmente, um fator potenciador da qualidade da formação profissional, foram identificados várias especificidades nas interações entre as entidades formadora em estudo.

Da análise dos dados identificaram-se duas tipologias de relações interorganizacionais distintas. O primeiro, associado à forma de relação estabelecida (formal ou informal) e, um segundo, no tipo (ou essência) da relação:

- Relação formal/informal (rede real) subjugada a papéis cultural e socialmente organizados assentes em lógicas de relacionamento formal (principal forma de relacionamento das entidades formadoras) e informal (ligeiramente menos utilizado).
- Relação de intercâmbio. Ainda que estruturada por relacionamentos de baixa densidade, há registo de alguns recursos partilhados na rede através de formas de cooperação muito peculiares.

No centro conceptual das redes está a formação de Capital Social assente num quadro de normas de reciprocidade, informação e confiança presentes na rede e que se estruturam a partir de interações entre os atores da rede, conduzindo a benefícios diretos e indiretos, fundamentais para a compreensão da rede. Na análise da rede das entidades formadoras e, atendendo à baixa densidade da rede, à maior absorção de fluxos por parte das duas entidades públicas; ao facto da formação se centrar fundamentalmente nos financiamentos disponíveis pelos Programas Comunitários, são alguns indicadores que sustentam uma rede de Capital Social ténue e duma confiança reservada. Porém, o facto de em termos prospetivos a «rede do futuro» apresentar uma densidade de 31,84% vem também confirmar o cenário descrito anteriormente no qual, numa lógica meramente prospetiva, a densidade não chega a atingir um valor médio (entenda-se cerca de 50%) reforçando a tese de que, mais importante que a interação

interorganizacional, é a tentativa de absorção de apoios para a prossecução de ações de formação profissional.

Segundo Granovetter (1974) os laços fortes e fracos influenciam os níveis de capital social. Os laços fortes são mais aptos para a mobilização de recursos assentes em questões de sociabilidade e denotam alguma dificuldade para serem mensuráveis, como resultado das relações cuja característica fundamental é a intensidade de contactos e a distância social. Os laços fracos assumem como principal característica a mobilização de recursos sediados na esfera pública, formando um manancial de capital social cujos recursos disponíveis são partilhados por uma determinada comunidade política.

Entre as fontes de capital social identificadas na rede estão:

1. Um género de consciência de classe desenvolvido de forma ténue entre as entidades formadoras em que, apesar de existir indícios de interações, existe uma solidariedade muito peculiar assente numa abertura organizacional moderada e numa lógica de confiança desconfiante.
2. Os recursos partilhados na rede configuram uma motivação instrumental baseada na troca de informações técnicas e de aconselhamento, numa lógica tendencialmente formal.

Esta dinâmica que se estabelece na rede está intimamente ligada à confiança ou seja, à capacidade de cada uma organização estabelecer relações com as suas congéneres, de as compreender e de as incluir no seu quadro de referência. Um pouco em oposição à lógica de Hobbes, em que «ter amigos é ter poder», as entidades formadoras vivem numa espécie de *confiança desconfiante*. Este pleonasma procura refletir o sentimento da rede em que a afirmação dum dirigente duma entidade formadora vem elucidar o ambiente organizacional vivido: *as entidades vivem de costas voltadas. Mesmo que falem ou procurem agir em rede é só o discurso. Nós, por exemplo, procuramos estabelecer acordos com entidades fora da região. São mais recetivas, não operam no nosso mercado (por isso não nos fazem concorrência) e estabelecem-se relações de confiança mais puras.*

As redes formais são talhadas num quadro de manobra de problemas previstos, enquanto que as redes informais são de natureza mais adaptativa e com maiores probabilidades de dar resposta aos problemas imprevistos. Também, estas redes

informais permitem às organizações dar resposta a uma panóplia de problemas que possam surgir de forma imprevisível, numa espécie de reservatório de respostas para o imprevisto. Se associarmos a este quadro conceptual a rede tendencialmente formal das entidades formadoras, é lícito afirmar que estamos perante uma dinâmica previsível, com potenciais dificuldades de se adaptar a novos problemas e com relações de confiança ténues.

Concluindo, a formação profissional assume uma importância estratégica ao nível da qualificação dos recursos humanos. Se esta última afirmação não suscita grandes dúvidas conceptuais, muitas dúvidas ficam em aberto quando estudamos um mercado particular de qualificação de recursos humanos numa das regiões mais desfavorecidas da União Europeia e constatamos que entre as naturais vicissitudes sócio-organizacionais da formação profissional estão questões inerentes a lógicas meramente economicistas de desenvolvimento de ações de formação profissional. Porque será que continuamos com os mais baixos índices de qualificações? Porque será a formação profissional um «negócio» apetecível? Porque será que o recrutamento de formandos é tão importante como o dinheiro? Onde estão os resultados de cerca de vinte anos de aplicação de apoios comunitários para a formação profissional?

Bibliografia

ALDRICH, H.E.; WHETTEN, D.A. (1984): Organizations-sets, actions-sets, and networks: making the most of simplicity. In: *Handbook of organizational design*. New York: Oxford University Press.

BENASSI, M. (1993). *Dalla gerarchia alla rete: modelli ed esperienze organizzative*. Fondazione IBM. Milan. Etas.

BURT, R. (1992) *Structural Holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA, Harvard Business Press

CAMPBELL, A.J. & WILSON, D.T. (1996): *Managed Networks: Creating Strategic Advantage*, in Iacobucci, D. (ed.) *Networks in Marketing*, Sage Publications

CASSON, Mark; COX, Howard (1997): An economic model of inter-firm networks. In: EBERS, Mark: *The Formation of Inter-Organizational Networks*. Oxford, Oxford University Press.

COOMBS, R., RICHARDS, A., SAVIOTTI, P.P. and WALSH, V. (1996) (Eds.), *Technological Collaboration*. Cheltenham: Edward Elgar.

CORVELO, Susana; MOREIRA, Pedro S.; CARVALHO, Paula (2001): *Redes interorganizacionais*, Lisboa, INOFOR.

DAVIS, G.F.; POWELL, W.W. (1992): *Organization environment relations*. In: M.D.; L.M. Hough(org.s), *Handbook of industrial and organizational psychology*, Palo Alto, CA, Consulting Psychology Press, vol. III.

EASTON, G (1992): *Industrial Networks: A Review"*, in Axelsson B and Easton G . *Industrial Networks: A new View of Reality*. Routledge, London

EBERS, Mark (1997), *Explaining inter-organizational networks formation*. The formation of inter-organizational networks. Oxford University Press

EBERS, Mark (1999): *The formation of inter-organizational networks*. Nova York: Oxford University Press.

EBERS, Mark (2002): *The formation of inter-organizational networks*. Nova York: Oxford University Press.

EBERS, Mark (2002): Explaining inter-organizational network formation. In: *The formation of inter-organizational networks*. Nova York: Oxford University Press.

EBERS, Mark; GRANDORI, Anna (2002): The forms, costs and development dynamics of inter-organizational networking. In: *The formation of inter-organizational networks*. Nova York: Oxford University Press.

HAKANSSON, H. (1982): *International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach*, Chichester, Wiley

HAKANSSON, H. e JOHANSON, J. (1993): *The network as a governance structure*, in Grenot Grabher (ed.), *The Embedded Firm- On the socioeconomics of industrial networks*. London: Routledge

HAKANSSON, H. and SNEHOTA, I (1995): *Developing Relationships in Business Networks*, International Thomson Business Press, London

KNOKE, J.;KUKLINSKI, J.:(1982) Network analysis, Quantitative applications in the social sciences, Newsbury, Sage Publications

LAZEGA, Emmanuel (1998); *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Paris, Press Universitaires de France, 1ª edição

LOMI, A. (1991): *Reti Organizzative*. Bologna: Il Mulino.

LORENZONI, G.; BADEN-FULLER, C. (1995): *Creating a strategic center to manage a web of patterns*, *California Management Review*, vol.37, nº3.

LUNDVALL, B-A (1993): *Explaining Inter-firm cooperation and innovation- limits of the transaction cost approach* in Grenot Grabher (ed.), *The Embedded Firm- On the socioeconomics of industrial networks*, London: Routledge

NOHRIA,N.; ECCLES,R.G. (1992): *Networks and organizations: structure, form and action*. Boston: Harvard Business School Press.

NOHRIA, Nitin (1992): *Is a network perspective a useful way of organizations?* In: NHORIA,N.; ECCLES,R.G.; *Networks and organizations: structure, form and action*. Boston. Harvard Business School Press.

NONAKA, I. and TAKEUCHI, H. (1995): *The Knowledge Creating Company*. New York: Oxford University Press

OLSON, Mancur (1999): *A lógica da acção colectiva*. São Paulo: EDUSP.

- PFEFFER, J.; SALANCIK, G.R. (1978): *The external control of organizations*. Boston: Pitman.
- REVE, T. (1992): Horizontal and vertical alliances in industrial marketing channels. In: FRAZIER, G. (ed.): *Advances e Distribution Channel Research*, vol. 1. Greenwich, CT: JAI Press. pp. 235-257.
- RING, P.S. (1997): *Processes facilitating reliance on trust in inter-organizational networks*. The formation of intr-organizational networks, Ebers (ed.), Oxford University Press
- ROCKART, John; SHORT, James (1991): The networked organization and the management of interdependence. In: MORTON, Michael: *The Corporation of the 1990s: information technology and organizational transformation*. New York: Oxford University Press.
- SODA, G. (1992): Gli accordi di cooperazione inter-organizzativa. D. BODEGA et al (eds.). *Osservatorio Organizzativo 1990*. Milano: Università Bocconi, 1992. pp. 69-83.
- WASSERMAN, Stanley; GALASKIEWICZ, Joseph (Ed.) (1994) *Advances in social network analysis: research in the social and behavioral sciences* California, Sage Publications
- WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine (1998) *Social Networks analysis: methods and applications*. New York, Cambridge University Press
- WILLIAMSON, Olivier E. (1995): *Organization theory: from chester barnard to the present and beyond*. Oxford: Oxford University Press.
- VARANDA, Marta (2005); La réorganisation du petit commerce en centre-ville: L'échec d'une action collective, *Revue Française de Sociologie* 46-2, pp..325-350

4 - REDES SOCIAIS LOCAIS/MUNICIPAIS

REDE EM PRÁTICA: O PAPEL DO PROGRAMA REDE SOCIAL

ANA CLARA BIRRENTO
Universidade de Évora, CEL-EU
birrento@uevora.pt

Resumo

Sendo um instrumento único na Europa, o Programa Rede Social, implementado em Portugal, é um valor acrescentado para o desenvolvimento local. Pretende-se com esta comunicação realçar as mais valias do trabalho em rede, na medida em que diagnosticar e cartografar contextos sociais, económicos, geográficos e culturais, e mapear referenciais, possibilita aos diversos agentes nos territórios ter em vista os aspetos estruturais, genéricos, mas também as características e necessidades específicas, as características demográficas e sociais, a heterogeneidade de realidades, onde confluem diferentes modelos de organização social que preservam e reconhecem a identidade e a peculiaridade dos territórios e das comunidades. Com efeito, para que consigamos ultrapassar os desafios e aproveitar as oportunidades, necessitamos de conhecer a realidade social no seu conjunto, para nos situarmos e podermos conhecer o meio onde vivemos, onde convivemos e onde intervimos, numa perspetiva participativa, onde as plataformas supraconcelhias, os conselhos locais de ação social e as comissões sociais de freguesia são fóruns essenciais para as tomadas de decisão conjuntas. Intervir no âmbito do desenvolvimento local requer um conhecimento prévio das problemáticas existentes num território. Conhecer os valores, as práticas e as necessidades de uma comunidade é um passo fundamental para a planificação de programas e organização da sua implementação, orientando a tomada de decisão no sentido da otimização de recursos.

Criar condições para que os atores de uma comunidade se comportem como agentes de mudança, promover parcerias e fomentar a emergência de redes sociais locais, sustentadas no conhecimento profundo e próximo da comunidade, são fatores de sucesso de uma intervenção social local.

Palavras-chave: rede social, parceria, solidariedade, recursos

Abstract

The Social Network Programme implemented in Portugal is a unique instrument in Europe and an added value for local development. The aim of this paper is to

highlight the power of networking, to the extent that to diagnose and to cartograph social, economic, geographical and cultural contexts, as well as to map referential weaknesses and threats, opportunities and strengths, enables the several agents and actors in the territories not only to bear in mind the structural and generic aspects, but also the specific needs and characteristics. Demographic and social aspects and characteristics which underpin the heterogeneity of reality where different models of social organization converge and which preserve and acknowledge the identity and peculiarity of those territories and communities.

In fact, to overcome the challenges and to take advantage of the opportunities, we need to know the social reality as a whole, to situate ourselves and to know the environment where we live, where we live together, and where we intervene, from a participative point of view, where the supramunicipal platforms, the local councils of social intervention and the boroughs' social commissions are essential *fora* to take common decisions.

To intervene at the level of the local development requires a previous knowledge of the existing problems of the territory. To know the values, the practices and the needs of a community is a fundamental step for the planning of programmes and for their implementation, guiding decisions towards the optimization of resources.

A successful local social intervention is possible when the conditions for the actors of a community are created so that they become agents of change and promote partnerships, fostering local social networks, supported on the deep and close knowledge of the community.

Keywords: social network, partnership, solidarity, resources

Portugal dispõe, desde 1997 (Resolução do Conselho de Ministros n.o 197/97), de um instrumento único de política social na Europa. O Programa Rede Social, potenciador de políticas de solidariedade, é uma plataforma alargada, efetiva e dinâmica de articulação do trabalho de parceria, definida como um “Fórum de Articulação e

Congregação de Esforços” (Resolução do Conselho de Ministros n.o 197/97, p. 6253).

Este conceito surge como

reforço do reconhecimento do papel que tem vindo a assumir um largo espectro de redes de solidariedade existentes, com o objectivo de fomentar uma consciência colectiva e responsável dos diferentes problemas sociais, incentivar redes de apoio social integrado de âmbito local, contribuindo através da conjugação de esforços das diferentes entidades locais e nacionais envolvidas, para a cobertura equitativa no País em Serviços e Equipamentos Sociais (DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-B, Nº 267 — 18-11-1997 p. 6253).

A Rede Social, tem, assim, como finalidade o fomento de uma consciência coletiva e responsável que combata a pobreza e a exclusão social, numa perspectiva de promoção do desenvolvimento social local integrado e articulado entre diferentes parceiros, esperando-se dela como impactos positivos na vida das pessoas a articulação e adaptação das políticas e medidas de âmbito nacional aos problemas e necessidades locais; o aumento da capacidade de deteção e resolução de problemas individuais, gerando respostas específicas para necessidades específicas; a transformação da cultura e de práticas dos serviços e instituições locais, no sentido de uma maior transparência e da abertura às outras entidades e às populações, que permitam implementar sistemas de informação eficazes, permitindo a produção e atualização de diagnósticos locais, bem como a difusão de informação a todos os agentes e entidades interessados, de modo a que a participação e mobilização dos destinatários dos Programas e Projetos de intervenção social seja cada vez mais efetiva e eficaz.

Em 2005, o Instituto da Segurança Social fez uma Avaliação do Programa Rede Social, cujos principais objetivos eram: analisar o quadro legal regulamentador do Programa Rede Social e analisar o grau de execução dos princípios e dos objetivos subjacentes ao Programa Rede Social. Apontava então para a necessidade de criação de um novo normativo legal, facto que veio a acontecer em 2006, com a publicação do Decreto-Lei 115 de 14 de junho, e para a necessidade de uma maior articulação institucional e com outros instrumentos de planeamento.

Em 2006, o Decreto-Lei 115 de 14 de Junho vem definir os princípios das linhas de ação deste Programa: “subsidiariedade, integração, articulação, participação, inovação e igualdade de género” (DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-A N.º 114, p. 4277).

No que diz respeito à subsidiariedade, esta assenta em uma intervenção territorializada e participativa, pois é na proximidade das questões e dos territórios que as soluções têm de ser encontradas de uma forma articulada, apostando na concertação de esforços e na prevenção de situações de exclusão social. Só assim, poderemos responder a um dos outros princípios, o da integração, que se refere à integração social dos cidadãos, papel fundamental da Rede Social, que deve ter em especial atenção os grupos e as pessoas mais desfavorecidas, levando-os a participar. Este é um princípio crucial do sucesso deste Programa, quando existe coordenação entre os diferentes parceiros, entidades públicas ou privadas, tendo em vista a congregação de recursos e de respostas.

O princípio de articulação aponta para esta congregação de recursos e de esforços de todos os promotores, agentes e atores no terreno, que, por meio de uma verdadeira articulação, alcançam um dos principais objetivos da Rede Social – o desenvolvimento local através de projetos de intervenção conjuntos. É aqui, em meu entender, que reside a grande força do Programa Rede Social: o trabalho em parceria que deverá conter, claramente os outros princípios acima enunciados de inovação e de igualdade de género.

Este trabalho em rede permite uma aposta na congregação de recursos da comunidade e na articulação entre diferentes agentes que cooperam e partilham responsabilidades. É um modelo de relação e de concertação social entre o poder central, o poder local, os vários parceiros institucionais, como sejam as forças policiais, a educação, a saúde, a proteção civil, os centros de emprego, a agricultura, as organizações e associações da sociedade civil, e os parceiros da economia social e solidária. As Plataformas Supraconcelhias (PSC), os Conselhos Locais de Ação Social (CLAS) e as Comissões Sociais de Freguesia ou Interfreguesias (CSF) são espaços privilegiados para intensificar o diálogo e a cooperação entre os muitos parceiros intervenientes no território. A multiplicidade de atores que intervêm no apoio prestado aos indivíduos e às famílias é uma dimensão essencial desta rede de apoio social

integrado, enquanto formas organizativas concretas que materializam a Rede Social, constituindo plataformas de planeamento e coordenação da intervenção social.

PLATAFORMA SUPRACONCELHIA

plataformas territoriais com base nas 28 NUT III, de acordo com o Dec-Lei n.º 68/2008, de 14 de abril (com as alterações introduzidas pelo Dec-Lei n.º 85/2009, de 3 de abril e pela Lei n.º 21/2010, de 23 de agosto)

objetivo de reforçar a organização dos recursos e o planeamento das respostas e equipamentos sociais ao nível supraconcelhio.

CONSELHO LOCAL DE ACÇÃO SOCIAL

composto pela Câmara Municipal
(e, em princípio, presidido pelo Presidente da Câmara),
Juntas de Freguesia, organismos da administração pública
central implantados na área e entidades particulares sem
fins lucrativos.

COMISSÃO SOCIAL DE FREGUESIA

composta pelas Juntas de Freguesia (e, em
princípio, presidida pelo seu Presidente), organismos
da administração pública central implantados na área,
outras entidades particulares sem fins lucrativos e representantes
de grupos sociais, com relevância na intervenção local

O século XXI tem trazido desafios ao modelo de desenvolvimento europeu, com uma sociedade cada vez mais complexa e exigente. As alterações demográficas e económicas nas últimas décadas trouxeram algumas mudanças significativas nas necessidades das populações. As transformações verificadas na sociedade, especialmente de índole demográfica e familiar, como o progressivo envelhecimento da população, a diversidade interna desse envelhecimento e o aumento da esperança média

de vida, aumentam, por exemplo, a necessidade de encontramos novas formas de cuidar dos mais velhos; bem como os indicadores referentes à exclusão social, as mudanças na estrutura e nos modelos de família e a extensão crescente dos direitos de cidadania, tornaram imperativa a concepção de novas formas de intervenção e o ajustamento das respostas sociais já existentes, de modo a que privilegiem a flexibilidade necessária para atender à mutação constante e à crescente complexidade da realidade social.

Conhecer os valores, as práticas e as necessidades de uma comunidade é um passo fundamental para a planificação de programas e para a organização da sua implementação, orientando a tomada de decisão no sentido da otimização de recursos. Por isso, todas as estruturas da Rede Social são espaços de qualificação do planeamento local, de aprendizagem e de operacionalização, de concertação e de ajuda à implementação de políticas de solidariedade assentes na melhor utilização de recursos e na articulação de lógicas colaborativas para a eficácia coletiva dos serviços.

Os desafios do futuro passam por entender que temos de encontrar sinergias, sem medo do outro, sem medo de perder influência no território, porque em conjunto fazemos, como é sabido, mais e melhor. Em conjunto podemos colmatar muitas das dificuldades, respondendo aos princípios, objetivos e competências da área de intervenção de cada um, garantindo maior eficácia e melhor cobertura, e organização.

A realidade que somos permite-nos ver a realidade social em que nos situamos e na qual vivemos, como uma realidade em mudança. Uma mudança que nos apresenta desafios e oportunidades. Para que consigamos ultrapassar os desafios e aproveitar as oportunidades, necessitamos de conhecer a realidade social no seu conjunto, para nos situarmos e podermos conhecer o meio onde vivemos, onde convivemos e onde intervimos, numa perspetiva participativa, construindo um novo tipo de paradigma. São desafios e oportunidade que exigem uma nova consciência social. E se este momento de mudanças e de transformações profundas nos coloca perante situações para as quais não estávamos preparadas, o desafio que se coloca para o desenvolvimento social local é criar condições para que os atores de uma comunidade se comportem como agentes de mudança, promovam parcerias e fomentem a emergência de redes sociais locais, sustentadas no conhecimento profundo e próximo da comunidade.

O trabalho em parceria e o valor universal da solidariedade são potenciadores de relações humanas e institucionais próximas e transparentes, enraizadas na verdade e consolidadas na corresponsabilidade – geradoras de uma real e efetiva igualdade de oportunidades. A Rede Social proporciona encontros que metaforicamente classifico como faróis de qualidade que iluminam a nossa ação no terreno, junto de quem mais necessita, numa tentativa de estabelecer um protocolo social e humano. Digo-o convicta de que em conjunto podemos colmatar, repito, colmatar a exclusão social, se formos capazes de transmitir num efeito de cascata o sentimento de cooperação e se nos concentramos, se nos focarmos na realidade que nos rodeia. Temos de saber responder aos princípios e objetivos e competências para que o Programa foi criado: garantir maior eficácia e melhor cobertura e organização do conjunto de respostas e equipamentos; garantir a harmonização e articulação das iniciativas desenvolvidas pelas diferentes parcerias dos concelhos. Temos de saber mapear, de conhecer as iniciativas, de conversar de modo a que o que se faz individualmente por cada parceiro seja visível e se harmonize numa conjugação de esforços de verdadeira parceria, num sistema político local, numa ecologia social com redes e dinâmicas próprias.

De facto, é com questões de identidade e de sentido de pertença, com a ecologia social que temos de nos preocupar e que temos de aprender a ver além, sendo para tal criativos, pois criar é uma atividade da mente humana e aprendendo a ver, ajuda-nos a construir um sentido de território e de comunidade que organiza e expressa o significado comum pelo qual as pessoas vivem, e a pensar em formas de intervenção potenciadoras dos melhores resultados. Se soubermos trabalhar em conjunto, no respeito mútuo, tornar-nos-emos mais ativos e vigilantes quanto ao futuro e construiremos alicerces sólidos de cooperação, assentes num sentido abrangente de cidadania. A cidadania como estratégia para reduzir as desigualdades de classe e criar oportunidades para todos tem sido politicamente legitimada como forma de assegurar o exercício efetivo do direito à autodeterminação dos cidadãos. O que significa que estes sejam capazes de fazer escolhas informadas.

Deixo aqui o desafio de que as diferentes entidades encetem um verdadeiro trabalho de parceria, setorial, sobre temas que identifiquem como primordiais no contexto espacial e temporal em que se encontram, num espírito de total abertura e de transparência de procedimentos, de partilha de informação numa lógica de racionalidade

e de bom senso, e de capacidade de interação entre instituições. Só assim a Rede Social pode ser colocada verdadeiramente em prática, na real partilha de projetos e de boas práticas, constituindo-se como uma estrutura verdadeiramente assente na subsidiariedade. Olhar para o nosso umbigo leva-nos ao isolamento.

Cabe-nos a nós, que estamos hoje aqui reunidos, investigadores, entidades, instituições, responsáveis políticos, contrariar esta situação, sendo pró-ativos, dinâmicos e sobretudo claros nos objetivos que temos de atingir. E por isso, temos de ser capazes de chamar todos para que todos partilhem as preocupações e participem nas decisões e nas soluções. Temos de agilizar os canais de comunicação entre todos e ninguém se pode demitir de intervir nas estruturas de forma articulada, dentro de uma ética profissional, de cordialidade, em que nenhum parceiro use de soberba na sua relação com os outros, cumprindo os compromissos, não tendo medo das dificuldades, revelando capacidade de adaptação, de perseverança e de determinação.

A condição de sucesso do desenvolvimento local prende-se com a articulação entre desenvolvimento económico, social e cultural, numa lógica transversal, assente numa visão integrada e integradora das diferentes forças e setores presentes. Criar condições para que os atores de uma comunidade se comportem como agentes de mudança, promover parcerias e fomentar a emergência de redes sociais locais, sustentadas no conhecimento profundo e próximo da comunidade, são fatores de sucesso de uma intervenção social local.

Feito o diagnóstico, ponto de partida para qualquer trabalho de reflexão crítica, planeamento e proposta de soluções, importa cartografar contextos sociais, económicos, geográficos e culturais e mapear referenciais terá de ter em vista, não só as características específicas, mas os aspetos estruturais, genéricos, referenciais que sirvam de base a trabalho futuro, e que se constituam como uma ferramenta de análise, que possibilite a construção de Planos de Desenvolvimento Social adequados. Deixo como exemplo, duas realidades em que a Rede Social e o olhar crítico sobre a mesma são fatores de mudança dos territórios.

Falar de territórios de baixa densidade é falar de fragilidades ao nível institucional, ao nível da participação de cidadania, de reduzida atractibilidade, de isolamento, de despovoamento e de dependência, da desadequação que por vezes existe

entre o cenário macro, nacional, de políticas públicas e as múltiplas realidades locais, mas, falar desta categoria de territórios é também falar de relações interpessoais, de potencial humano, de recursos endógenos potenciadores de desenvolvimento. É falar de valores âncora que podem sustentar uma governação estratégica, institucional e operacional integrada. É possibilitar projetos de intervenção multisectoriais, devidamente articulados, participados, pensados, convergentes e complementares. Para tal, a subsidiariedade, a territorialização de políticas, e a cooperação são pedras de toque que exigem um novo olhar, uma nova cultura. O mesmo acontece se falarmos de Bairros Prioritários. Estes são importantes para a organização da sociedade onde vivemos, onde se desenvolvem relações de poder, e onde as questões geográficas, socio-urbanísticas, de representação social e simbólica são elementos estruturantes das dinâmicas desses espaços.

Quer falemos de Territórios de Baixa Densidade ou de Bairros Prioritários temos de perceber, como o teórico cultural britânico de meados dos anos 50 do século passado, Raymond Williams, afirmou, que falar de espaços é como levar um comboio pela paisagem, isto é, não se viaja através de uma superfície morta que é o espaço, mas cruza-se uma miríade de histórias, uma almofada de alfinetes de milhões de histórias (Williams, 1993). E são estes milhões de histórias que têm de ocupar a Rede Social em Prática. Há a necessidade de termos em conta uma geografia das relações sociais, económicas, políticas e culturais, olhando para os espaços como um conjunto de interações e inter-relações. A Rede Social permite planear intervenções sectoriais, regionais ou de base territorial e comunitária, intervenções cujo sucesso depende da capacidade de compromisso coletivo, tendo em vista a capacitação dos diferentes atores e o reconhecimento da liderança. Capacidade de construção de compromissos integrados e integradores em termos intersectoriais e em termos das relações entre os diferentes níveis do Estado central e local e entre estes e a sociedade civil. Mas esta construção de compromissos tem de ser capaz de transmitir uma experiência aos outros, de tal modo que essa experiência seja ativamente recriada, replicada e não simplesmente recebida passivamente. Tem de ser uma experiência vivida por aqueles a quem é proporcionada. Isto é, as comunidades têm de ser implicadas nas soluções propostas.

No que diz respeito ao Programa Rede Social, sendo algo já consolidado em termos das parcerias, importaria renovar alguns dos pressupostos em que o mesmo

assentou há 20 anos, quando então já se identificavam como problemas sociais complexos a pobreza e a exclusão social em Portugal. Este Programa, como sabemos, apostou numa nova geração de políticas sociais ativas, baseadas na responsabilização e mobilização do conjunto da sociedade e de cada indivíduo. Assente em princípios da subsidiariedade, integração, articulação, participação, inovação e igualdade de género, a Rede Social tem-se consolidado ao longo destes anos, mas temos de ser capazes de a tornar mais prática, dando corpo e revitalizando a necessidade de um trabalho cada vez mais em articulação.

A Rede Social poderá desenvolver projetos territoriais e fazer com que os atores locais adquiram competências, nomeadamente na capacidade de avaliação do território, na ação conjunta a desenvolver, na criação de laços entre setores, assegurando que o máximo de valor acrescentado permanece no território, através da partilha de experiências e de conhecimento em várias áreas, com características diversas, e da reflexão sobre que atividades e que estratégias podem ser desenvolvidas e implementadas numa lógica de revalorização do território, olhando-o como um todo, mas procurando as relações entre os elementos, de uma forma holística.

A realidade que somos permite-nos ver hoje a realidade social em que nos situamos e na qual vivemos, como uma realidade em mudança para a qual temos de saber criar laços estruturais, num percurso contínuo entre instituições e entidades responsáveis. Percurso que deverá ser baseado em valores como a partilha, o respeito, o reconhecimento, a valorização e a solidariedade. As transformações verificadas na sociedade, especialmente de índole demográfica e familiar, o progressivo envelhecimento da população, a diversidade interna desse envelhecimento e o aumento da esperança média de vida, bem como os indicadores referentes à exclusão social, tornaram imperativa a conceção de novas formas de intervenção e o ajustamento das respostas já existentes, de modo a que privilegiem a flexibilidade necessária para atender à mutação constante e à crescente complexidade da realidade social. É importante que todos nos ouçamos, é importante percebermos o valor da multipolaridade, a existência de muitos atores que desempenham um papel fundamental, porque cada um convoca diferentes e diversos tipos de preocupações e de soluções.

O Programa Rede Social cartografa futuros, construindo uma nova geografia do que é possível fazer, criando novas condições de possibilidade, em novas e mais dinâmicas alianças. Creio que em conjunto, com abordagens multidimensionais e flexíveis, conseguiremos ter uma intervenção mais eficiente e eficaz em prol da qualificação dos territórios e das instituições, qualificação que beneficiará todos. É meu sincero desejo que sejamos capazes de dar um passo em frente, de ‘virar a mesa’ como escrevia Robert J.C. Young (1996), e de construir o tempo futuro, ultrapassando as barreiras epistemológicas e levando a intervenção social de base local para fora dos muros muitas vezes estanques da burocracia e das competências limitadoras de cada interveniente. Temos de ultrapassar barreiras e fronteiras epistemológicas, num mundo em constante reestruturação, a qual afeta não só as questões globais, mas, sobretudo, e porque são essas que nos devem preocupar, ao colocar a Rede Social em prática, as questões locais. Deixemos o pensamento ortopédico, nas palavras de Boaventura de Sousa Santos (2008) e encontremos respostas para uma Rede Social eficaz nas constelações, configurações, padrões de dependência e de interação (Bauman, 2000) entre todos os intervenientes neste Programa que, por ser único, tem de saber, ainda nas palavras de Bauman, adaptar as regras e os modos de conduta a cada local.

Referências

Bauman. Z. 2000. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press

Sousa Santos, B. 2008. A Filosofia à Venda, a Doutra Ignorância e a Dúvida de Pascal. In *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 80. Coimbra: CES. Pp. 11–43.

Williams, R. 1993. *The Country and the City*. London: The Hogarth Press.

Young, R.J.C. 1996. The Dialectics of Cultural Criticism. In G. Hall and S. Wortham, ed. 1996. *Authorizing Culture*. Angelaki 2:2, Great Britain: Anthony Rowe Limited. pp. 9-24.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 197/97 –DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-B, Nº 267 — 18-11-1997

Decreto-Lei n.º 115/2006 de 14 de Junho. DIÁRIO DA REPÚBLICA — I SÉRIE-A N.º 114 — 14 de Junho de 2006

http://www.seg-social.pt/documents/10152/147168/programa_rede_social/bfa76312-e5e2-45a6-8678-f2698525c443 (acedido em 15 de maio de 2017).

http://www.seg-social.pt/documents/10152/147054/avaliacao_programa_rede_social/64630574-e407-4076-af8d-a147f22934b1 (acedido em 15 de maio de 2017).

A REDE SOCIAL COMO MECANISMO DE INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO? AVALIAÇÃO E

RECOMENDAÇÕES A PARTIR DE UM ESTUDO SOBRE COMISSÕES SOCIAIS DE FREGUESIA

CRISTINA PINTO ALBUQUERQUE
Universidade de Coimbra, CEIS 20, CICS.NOVA
crisalbuquerque@fpce.uc.pt

JOANA CARLA MARQUES GUERRA
Universidade de Coimbra, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação
joanaguerra@fpce.uc.pt

JACQUELINE FERREIRA MARQUES
Universidade de Coimbra, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação
jacfmarques@gmail.com

Resumo

A criação da Rede Social em Portugal (1997) enquadrou-se numa tendência de transformação da ação pública, quer em termos de finalidades, quer dos processos de atuação, ancorando-se numa perspetiva de maior intervenção e responsabilidade da sociedade civil em termos de regulação dos problemas sociais, emergentes e/ou complexificados. Porém, as diversas avaliações ao Programa têm destacado a necessidade de consubstanciar, de modo mais consistente e eficaz, lógicas de articulação multinível, bem como verdadeiras dinâmicas de governança passíveis de assegurar, não apenas uma gestão mais eficaz de recursos disponíveis, mas também, respostas mais consequentes/adaptadas às necessidades localmente emergentes. Inerente a tais processos de governança encontra-se o desiderato de respostas estratégicas e integradas e a aposta na inovação - de cariz técnico e organizacional - tendo em vista a efetivação de um desenvolvimento micro situado, porém, macro referenciado. A operacionalização de tais objetivos coloca, no entanto, questões analíticas de relevo e exige mudanças substantivas no modo de atuação vigente. O presente capítulo centra-se assim na explanação e reflexão em torno destas questões, ilustradas a partir de um estudo diagnóstico e avaliativo de Comissões Sociais de Freguesia de uma Rede Social da Região Centro do país. 7

Palavras-chave: Rede Social, desenvolvimento, inovação, Comissões Sociais de Freguesia, avaliação

Abstract

The creation of the Social Network in Portugal (1997) was part of a trend towards the transformation of public action, both in terms of purpose and of action processes, based on a perspective of greater intervention and responsibility of civil society in terms of emerging and / or complex social problems regulation. However, the various evaluations of the Program have highlighted the need to consolidate, in a more consistent and effective way, logics of multilevel articulation, as well as real governance dynamics that can ensure not only a more efficient management of available resources, but also responses consistent with locally emerging needs. Inherent in such governance processes is the desideratum of strategic and integrated responses and a commitment to innovation - of a technical and organizational nature - in order to achieve a micro-development that is, however, macro-referenced. However, the implementation of such objectives raises important analytical issues and requires substantive changes in the current way of doing things. The chapter focuses on the explanation and reflection around these issues, illustrated with data from a diagnostic and evaluative study concerning Social Local Commissions of a Portuguese Social Network.

Keywords: Social Network, development, innovation, Social Local Commissions,
evaluation

Introdução

A consciência da desigualdade entre regiões e das implicações diferenciadas de determinadas ações e/ou omissões para grupos populacionais distintos, a par do respeito pelas respetivas especificidades e dinâmicas, constituem-se, hoje, como pedras angulares de uma nova agenda de coesão social e territorial. Deste modo, a necessidade de articular a eficiência económica, o crescimento do emprego e a inclusão social, numa ótica holística e *bottom up*, torna-se, nesta perspetiva, um eixo central da orientação europeia em termos de desenvolvimento local e da alocação de recursos para esse efeito. Sob tais pressupostos o Programa Rede Social procura, desde a sua criação na última década do século passado, consubstanciar, de forma mais ou menos consequente, lógicas de articulação multinível, bem como verdadeiras dinâmicas de governança passíveis de assegurar, não apenas uma gestão mais eficaz de recursos disponíveis, e na maioria dos casos escassos, mas também, respostas mais adaptadas às necessidades localmente emergentes e mais consequentes em termos de resultados e de impactes, nas populações, nas comunidades, nas organizações, nas políticas e nas intervenções. Inerente a tais processos de governança encontra-se necessariamente o desiderato de respostas estratégicas e integradas e a aposta na inovação - de cariz técnico, político e organizacional - tendo em vista a efetivação de um desenvolvimento micro situado, porém macro referenciado. Ainda assim, os diversos estudos avaliativos realizados ao Programa Rede Social têm vindo a revelar, por um lado a importância desta política e, por outro, alguns factores condicionantes da sua implementação e outputs. Inúmeras tensões parecem revelar-se, quer no que concerne aos modelos organizativos e à respetiva conjugação com as finalidades a atingir, quer no que se refere aos modos de implementação das intervenções *in loco*.

Neste sentido, procurou-se realizar um estudo junto das instâncias de maior proximidade da Rede Social – as comissões sociais de freguesia (CSF) – de modo a identificar os referidos fatores tensionais e compreender o modo como os mesmos influenciam, de forma mais ou menos profunda, a concretização dos objetivos e da filosofia interventiva das comissões, na sua relação com o território, com as organizações (políticas e sociais) e com as populações.

Com efeito, as CSF constituem-se como plataformas fundamentais de concretização de medidas de foco local, bem como de planeamento e de coordenação do desenvolvimento territorial e de intervenção social a um nível de maior proximidade das populações (freguesias). Neste sentido, possuem uma relevância estratégica inequívoca: na promoção da participação dos cidadãos, na definição de prioridades e construção de recursos, na gestão e monitorização mais eficaz e eficiente dos recursos, a práticas mais adaptadas à especificidade dos territórios e das respetivas dinâmicas. O estudo realizado, multidimensional e complexo, consubstanciou, assim, não apenas uma dimensão descritiva, mas também, substantiva e estratégica, tendo em conta os seguintes pressupostos:

- a) O reforço e a melhoria da intervenção, examinando os processos de funcionamento das CSF, a consistência da sua implementação, os impactes produzidos e as dificuldades explicitadas, de modo a contribuir para dotar as estruturas envolvidas de dispositivos e materiais de suporte à avaliação e melhoria de qualidade contínua das suas práticas;
- b) A existência de possíveis hiatos entre os outputs (concretizações) e o que é esperado concretizar, de modo a identificar diferentes tipos de constrangimentos (organizacionais, pessoais, contextuais, etc.) e formas de superação;
- c) O reconhecimento da importância do território nas manifestações diferenciadas, e muitas vezes imprevisíveis, da exclusão social, bem como a importância da inovação nas práticas e nos processos de ação, que a Rede Social e as CSF podem incentivar e concretizar;
- d) A valorização do processo de avaliação participativa como uma estratégia importante de aprendizagem, de reflexividade crítica e de bench learning, contribuindo, de forma direta ou indireta, para a maior capacitação das estruturas, das organizações e das pessoas.

O presente capítulo apresenta globalmente os resultados do estudo realizado no decurso de 2016.

1. A Rede Social como mecanismo de desenvolvimento estratégico e inovação: condicionantes e possibilidades

A Rede Social, apesar das diversas fragilidades e tensões a que os diversos estudos avaliativos foram dando ênfase (2005; 2012) não deixa de se constituir, desde a sua origem, como um mecanismo essencial de participação e de (re)construção do espaço público, logo, ancorado nos pressupostos filosóficos e políticos das (novas gerações de) políticas sociais.

Neste âmbito, a sua preservação ao longo de décadas é, desde logo, demonstrativa, quer da pertinência das finalidades que a sedimentaram e sedimentam, quer das potencialidades de transformação e de adaptação de que tem dado prova. Uma perenidade tanto mais surpreendente quanto radica num nível de formalização inicial relativamente frágil, pautado por intencionalidades difusas e pela sedimentação num contexto, como o português, globalmente caracterizado por inúmeras dificuldades de promoção da participação cívica e de afirmação política dos cidadãos (Godinho & Henriques, 2012).

Com efeito, dados referentes aos anos 1990-99 indicavam não apenas baixos níveis de participação da população portuguesa, por referência ao contexto europeu, mas também tendências para a sua diminuição (Vala, Cabral & Ramos, 2003). Para este facto diversas explicações foram e têm sido apontadas, desde a fraca e tardia consolidação da democracia em Portugal, a estrutura sociodemográfica do país, a rigidez do mercado de trabalho, as fragilidades ao nível da socialização escolar e familiar para práticas participativas e de afirmação crítica e política, a pouca confiança na democracia e nas organizações políticas e cívicas, a excessiva burocracia e a consolidação de práticas adversas à deliberação e à implicação dos cidadãos na tomada de decisão, a persistência de aparelhos administrativos (centrais e locais) relativamente fechados às populações ou menosprezando a sua vontade, entre outros aspetos indiciadores de alguma “imaturidade” democrática ou, pelo menos, de uma conceção restritiva de cidadania (Barreto, 2002).

Ainda que a entrada na UE, em 1986, tenha conduzido a uma maior relevância de novas práticas deliberativas e de coordenação aberta, o facto é que as características em epígrafe, para as quais não será alheio o sistema repressivo vigente até 1974, se têm mantido, de forma mais ou menos sub-reptícia, na sociedade portuguesa.

Assim sendo, perante um tal quadro analítico, a Rede Social corresponde – e talvez isso explique em parte a sua permanência e revalidação histórico-normativa - a

uma estratégia bem enquadrada nas orientações das políticas públicas atuais, que tendem a privilegiar a relação “maiêutica” e capacitante com os territórios e com os cidadãos, bem como a relevância estratégica dos mesmos em termos de desenvolvimento, de coesão económica, social e territorial e de sustentabilidade ancorada em articulações de tripla (ou quadrupla) hélice (social, económica, política e cultural). De forma subjacente, a Rede Social pode então consubstanciar-se como um mecanismo importante de superação, ou de minimização, das dificuldades e constrangimentos que se colocam à participação direta e efetiva das populações na definição de prioridades e na alocação, ou construção, de recursos para resposta às problemáticas que a si dizem respeito, ou que afetam, direta ou indiretamente, os seus níveis de bem-estar.

O apelo por exemplo a processos de welfare pluralista, como base de superação da crise dos modelos providenciais do pós Guerra, bem como os métodos de coordenação aberta instituem-se, ao mesmo tempo, como fundamento e como base de evolução e de consolidação das prerrogativas da Rede Social. A escala local e a participação dos cidadãos na gestão da *res* pública afirmam-se, nesta ótica, como elementos cruciais para a construção de comunidades mais resilientes aos choques socioeconómicos, do presente e do futuro, e para a promoção de novas estratégias de desenvolvimento centradas nas capacidades dos cidadãos e dos territórios.

Neste sentido, de forma a responder a tais desafios, a União Europeia tem desenvolvido um conjunto de mecanismos de governança e apoio, nos quais se enquadram, entre outros, os suportes às iniciativas de emprego local e os pactos territoriais para o emprego. O Tratado de Lisboa, em particular, passa a valorizar, de forma explícita e a par das restantes finalidades, a coesão territorial e a solidariedade, não apenas entre cidadãos e gerações, mas também entre regiões, como um elemento estruturante de um desenvolvimento adequado e “harmonioso” no seio da União Europeia. Um desenvolvimento desde logo concebido de forma estrutural e, como tal, não deixando de comportar a necessária articulação entre opções e políticas macroeconómicas e políticas socio-territoriais de índole regional e/ou local. Em consequência deste desiderato politicamente formalizado, a *Agenda Territorial da União Europeia* (2007) sublinha a necessidade de valorizar, em termos de desenvolvimento estratégico das diversas regiões da Europa, as potencialidades,

especificidades e recursos de cada território, bem como processos de articulação e de coordenação entre diferentes níveis territoriais, entre diferentes parceiros e entre distintos patamares de decisão, o que consubstancia a noção de Governança.

Tais princípios encontram-se, na verdade, no âmago das novas políticas públicas orientadas para a apreciação de resultados e para o aproveitamento eficiente e eficaz dos ativos pessoais e territoriais. A compreensão de que o modo de responder, inovadora e eficazmente, aos problemas que afetam as populações, decorre do enquadramento e análise dos mesmos no contexto espacial onde adquirem sentido e relevância, sem a ele se reduzirem é, desde logo, uma perspectiva renovada e ecológico-sistémica sobre as desigualdades socioterritoriais e sobre o modo de as considerar em termos de respostas estratégicas, adaptadas e prospetivas. Mas preconiza também uma maior proatividade dos agentes locais e uma maior articulação multinível e interterritorial, como aliás é sublinhado nos vários documentos e orientações da UE já referenciados. Ora, tais orientações exigem necessariamente algumas mudanças no modo como normalmente se pensa e se operacionaliza a intervenção local.

Na verdade, diversos são os desafios que decorrem de uma tal conceção de coesão social e territorial. O Relatório Final de Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012 (Godinho & Henriques, 2012) salienta alguns que passamos a referenciar:

- A preservação da coerência entre políticas macroeconómicas e sectoriais com implicações locais e políticas territoriais;
- A constituição de processos de governança capazes de assegurar respostas adequadas e específicas, por referência a cada território, mas preservando uma lógica multinível e interterritorial;
- A determinação de respostas estratégicas de âmbito local e o desenvolvimento de novas soluções, de cariz técnico e organizacional, adaptadas aos desafios dos contextos locais, às dinâmicas específicas que caracterizam cada unidade territorial e à exigência de inovação e de desenvolvimento social e integral - macro, meso e micro;
- A construção e/ou consolidação de processos de participação efetiva das populações e dos destinatários das políticas, em prol de um desenvolvimento assente em estratégias de co aprendizagem e emancipação crítica.

A resposta a alguns destes desafios consubstancia-se em diversas medidas e opções que têm vindo a adquirir relevância no contexto português na última década,

nomeadamente no quadro do Portugal 2020 (Acordo de Parceria 2014-2020). Refira-se a título de exemplo, a recém-criada Unidade de Missão para a Valorização do Interior, no quadro do Programa Nacional de Coesão Territorial, cujos objetivos prioritários, plasmados na Resolução do Conselho de Ministros n.º 3/2016, se centram na promoção da coesão e desenvolvimento equilibrado dos territórios; no estímulo ao desenvolvimento em rede; na criação de parcerias urbano-rurais; na promoção de coligações entre cidades médias; no lançamento de projetos apoiados por instituições científicas e de produção de conhecimento; na intensificação da cooperação transfronteiriça e no repovoamento e redinamização dos territórios de baixa densidade.

1.1. A Criação da Rede Social em Portugal: de uma lógica experimental e instrumental a uma lógica estratégica

A criação da Rede Social em Portugal, em 1997 (RCM n.º 197/97), enquadrou-se numa tendência de transformação da ação pública, quer em termos de finalidades, quer ao nível dos processos de atuação. Ancorando-se numa perspetiva de maior intervenção e responsabilidade da sociedade civil em termos de regulação e resposta aos problemas sociais, emergentes e/ou complexificados, o papel do Estado transforma-se e começa a enquadrar uma nova lógica de interpretação, mais concêntrica e reticular, das questões sociais e das respostas a implementar.

O chamado “Estado animador” (Donzelot & Estèbe, 1994) passa a impulsionar e apoiar as iniciativas da sociedade civil, afirmando-se como um parceiro entre parceiros. O Estado abandona assim o seu papel de árbitro supremo e de tutor, assumindo, face à sociedade civil, um posicionamento de incitador e criando condições para que a sociedade se auto-organize e se implique na produção de solidariedade. Trata-se, na conceção de alguns autores, de uma “subsidiaridade reflexiva”, na medida em que embora seja alargada à esfera privada a distribuição de serviços de essência pública, sob o impulso do Estado, tal distribuição realiza-se no âmbito de uma lógica organizacional e legislativa coerente e delineada por esse mesmo Estado. A grande inovação subjacente ao discurso atual radica, pois, no sentido que é dado à responsabilidade e à solidariedade, implicando uma metamorfose nas formas e mecanismos de articulação entre as diferentes esferas de produção do bem-estar.

Neste âmbito, as políticas públicas, orientadas por dinâmicas de recalibragem e de re-experimentação (Ferrera, Hemerijck & Rhodes, 2000), passam a ser pensadas por referência a escalas espaciais mais delimitadas e a propósitos de ativação, contratualização e concertação.

A Rede Social decorre precisamente desta nova compreensão de regulação territorial e do reconhecimento da dimensão integral das questões associadas à coesão económica, social e ambiental. Assim sendo, a Rede Social foi concebida, inicialmente, com um cariz sobretudo instrumental, ou seja, foi estruturada como uma ferramenta de suporte e uma oportunidade para gerar novas dinâmicas de autonomização local e novas estruturas participativas suficientemente consistentes e perenes para que as políticas territorializadas pudessem ser implementadas de forma eficiente e consequente. Assente numa metodologia aberta participativa, um “fórum de adesão livre”, a Rede pretendia constituir-se como uma base fundamental de potencialização dos recursos da comunidade local, dos parceiros implicados e das populações. Do mesmo visava a constituição, transparente e de proximidade, de processos de desenvolvimento ancorados em prioridades, definidas doravante de forma coletiva e orientada para o bem-comum, sinergias e plataformas, partilhadas e menos burocratizadas, de ação e de recursos (Godinho & Henriques, 2012).

Destarte era pretendida, não apenas a coerência estratégica da grande miríade de medidas e das respetivas formas de implementação (evitando a sua fragmentação e experimentação sem finalidade), mas também uma “dupla ativação”, seja dos utentes e cidadãos, na construção da sua própria inclusão pelo uso das suas potencialidades localmente aplicadas, seja dos recursos e agentes responsáveis pela ativação de estruturas de oportunidades e pelo acompanhamento da inclusão individual e do desenvolvimento local. Neste sentido, numa perspetiva de subsidiariedade e de proximidade, a Rede social dotou-se, desde a sua génese, de estruturas que permitissem, quer uma implementação coerente das políticas de foco local e de proximidade – as Comissões Sociais de Freguesia - quer uma conceção participada da própria *policy*, nomeadamente por via dos Conselhos Locais de Ação Social (Godinho & Henriques, 2012). Ainda assim, como se destaca no Relatório Final de Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012 que temos vindo a citar (Godinho & Henriques, 2012), a inexistência de recursos próprios e a fraca regulamentação normativa cedo se revelaram

questões passíveis de colocar em causa a filosofia do próprio Programa e a sua sobrevivência.

O Despacho Normativo nº 8/2002, de 12 de fevereiro - Programa de Apoio à Implementação da Rede Social - surge precisamente no quadro de tais preocupações e consubstancia orientações normativas precisas de institucionalização e funcionamento da Rede. Doravante esta passa a constituir-se, ela própria, como uma experiência do Estado animador e já não somente como um instrumento do mesmo (Godinho & Henriques, 2012). Neste sentido, a finalidade programática da Rede Social passa a ser a “planificação estratégica da intervenção social local”, tendo em vista a “promoção do desenvolvimento social” numa perspetiva holística e já não a ação social *stricto sensu* de luta contra a pobreza e a exclusão social. Este intento, não sendo esquecido, passa porém a estar integrado numa lógica mais ampla e não sectorial de desenvolvimento social e territorial. Transformando-se num Programa, a Rede Social passa a preocupar-se com a qualificação dos seus profissionais, com a metodologia de ação (“processo técnico-pedagógico”), com os *outputs*, com as modalidades de funcionamento (regulamento interno, relatórios intercalares e finais, atas de reuniões, etc.), com o planeamento (diagnóstico social; plano de desenvolvimento social; plano de atividades; avaliação) e com o controlo e eficiência financeira das suas contas.

Em paralelo, e de forma algo contraditória com a filosofia da própria Rede, os procedimentos *top-down* acentuam-se: cada uma passa a ser apoiada e dinamizada em função de processos formais de apresentação e apreciação de candidaturas; a supervisão passa a ser assegurada por um organismo da Administração Central; o funcionamento da Rede passa a estar condicionado pela apresentação de instrumentos de planeamento (estratégico) - o Diagnóstico Social; o Plano de Desenvolvimento Social e o Plano de Atividades, ou de Ação. Assim, a Rede passa a ter um papel, já não somente de mediação, mas de afetação de recursos e de aplicação de políticas ativas ao nível do município, pelo que as metodologias de articulação sectorial e de identificação e justificação de estratégias e prioridades são reforçadas e padronizadas (Godinho & Henriques, 2012).

A introdução de finalidades mais abrangentes e a centração no planeamento estratégico como processo de implementação e acompanhamento de políticas ativas, elas próprias experimentais, participam pois de uma nova fase de desenvolvimento,

identidade e impulso da Rede Social, mas também produzem um conjunto de tensões adicionais que o Relatório Final de Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012 (Godinho & Henriques, 2012) identifica e analisa:

- Entre concepções mais restritas de ação social focadas no combate à pobreza e à exclusão e concepções mais holísticas de desenvolvimento social, inovação e estratégia;
- Entre a obediência a uma estrutura *top-down* de planeamento de políticas sociais ancorada em instrumentos normalizados e uma lógica participativa de tipo *bottom-up*;
- Entre preocupações endógenas de funcionamento da própria Rede e preocupações com o desenvolvimento de formas de participação e de abertura ao exterior e à diversidade de perspetivas.

Com a publicação do Decreto-Lei nº 115/2006, de 14 de junho, uma nova fase de desenvolvimento da Rede Social se inaugura, completando o processo de institucionalização da mesma. Neste âmbito, não apenas se sublinha o papel da Rede como instrumento de planeamento e estratégia de âmbito nacional (veja-se por exemplo a relevância que lhe passa a ser atribuída no planeamento da rede de equipamentos sociais), a partir de um foco territorial, como se acentua a necessidade de definir, de forma concreta, os mecanismos de participação. Com efeito, não deixa de ser evidente, acompanhando as transformações nas orientações das políticas públicas contemporâneas, um acentuar das preocupações com a eficiência na gestão de recursos e com a eficácia (resultados) e impactes (mudanças) decorrentes das medidas e ações preconizadas. As orientações subjacentes ao “Portugal Inovação Social” e a “filantropia de impacte” que preconiza, são um exemplo concreto desta metamorfose na forma de compreender a ação social (micro e macro) e os termos da relação entre o Estado, o mercado e as organizações sociais.

No entanto, a maior institucionalização da Rede, a que hoje assistimos, acrescenta ainda, às anteriores, novas tensões, que o Relatório de Avaliação da Rede Social, já referenciado, sistematiza (Godinho & Henriques, 2012):

- Entre a sua dimensão local, e os processos de planeamento e parceria que implementa neste âmbito, e a sua dimensão supralocal, isto é, a sua constituição como plataforma de todo o planeamento nacional em termos sociais;

- Entre a flexibilidade e a geometria variável nas suas condições de funcionamento e o seu estatuto orgânico e padronizado de órgãos, instrumentos e recursos.

Da resposta adequada às diversas tensões com as quais se confronta dependerá a consolidação ou não da Rede Social como instrumento de planeamento estratégico de desenvolvimento social, articulando um nível local e supralocal e uma abordagem micro e macro sectorial, ou, pelo contrário, a sua deriva para um mero instrumento de mediação e burocratização de processos locais, inconsequentes e, em muitos casos, meramente paliativos (Godinho & Henriques, 2012).

1.1.1. A dimensão estratégica das Comissões Sociais de Freguesia e/ou Interfreguesia

As Comissões Sociais de Freguesia (CSF) constituem-se, como já foi salientado, como plataformas fundamentais de concretização de medidas de foco local, bem como de planeamento e de coordenação do desenvolvimento territorial e de intervenção social a um nível de maior proximidade das populações (freguesias). Neste sentido, possuem uma relevância estratégica inequívoca, não apenas em termos de promoção da participação dos cidadãos na definição de prioridades e na alocação/construção de recursos, como na gestão e monitorização, mais eficaz e eficiente, desses mesmos recursos, tendo em vista a condução de iniciativas e práticas mais adaptadas à especificidade dos territórios e das respetivas dinâmicas.

Em consonância com o disposto no artigo 20.º, do Decreto-Lei n.º 115, de 14 de junho de 2006, compete às Comissões Sociais de Freguesia/Interfreguesia: a) Aprovar o seu regulamento interno; b) Sinalizar as situações mais graves de pobreza e exclusão social existentes na freguesia e definir propostas de atuação a partir dos seus recursos, mediante a participação de entidades representadas ou não na comissão; c) Encaminhar para o respetivo Conselho Local de Ação Social os problemas que excedam a capacidade dos recursos da freguesia, propondo soluções adequadas; d) Promover mecanismos de rentabilização dos recursos existentes na freguesia; e) Promover a articulação progressiva da intervenção social dos agentes da freguesia; f) Promover ações de informação e outras iniciativas que visem uma melhor consciência coletiva dos problemas sociais; g) Recolher a informação relativa aos problemas identificados no

local e promover a participação da população e agentes da freguesia para que se procurem, conjuntamente, soluções para os problemas; h) Dinamizar a adesão de novos membros, avaliando o contributo que os mesmos podem proporcionar para a concretização dos objetivos delineados e para a edificação de projetos comuns.

O referido Diploma consagra, pois, três grandes núcleos de finalidades no âmbito das CSF, que podemos sistematizar do seguinte modo:

A) Finalidades operacionais (associadas à gestão e organização da própria CSF; à articulação com as demais estruturas da Rede Social; ao diagnóstico de problemas e recursos);

B) Finalidades promocionais (associadas a processos de informação às populações e consciencialização coletiva);

C) Finalidades estratégicas (associadas à promoção da participação das populações na identificação de problemas e busca de soluções; à rentabilização de recursos; ao planeamento; à constituição de parcerias alargadas e à mediação com outras instâncias da Rede Social).

De acordo com o mesmo Decreto-Lei, as CSF são compostas pelos serviços públicos com domínio de atuação na área social, bem como pelas entidades sem fins lucrativos da freguesia, grupos comunitários organizados representativos de extratos da população e quaisquer outras pessoas dispostas a contribuir de modo relevante para o desenvolvimento social local.

As CSF consubstanciam assim um conjunto de elos de proximidade e sinergias que podem contribuir para respostas mais consentâneas com a realidade concretamente vivida pelas populações locais, assumindo-se, não essencialmente como instâncias paliativas e reativas às problemáticas visíveis, mas também, e fundamentalmente, como núcleos que concretizam níveis de decisão participada, cooperativa e prospetiva. Este parece-nos ser, na verdade, um aspeto essencial a ponderar em termos de reflexão sobre as estratégias de mobilização das populações para a participação: de que forma compreendem a necessidade e os fundamentos dessa participação e de que modo o contexto fornece os recursos necessários para esse efeito?

Neste domínio, a intervenção no nível de ação mais micro situada (freguesia) permite precisar esses fundamentos e delinear estratégias adequadas para uma implicação consequente e motivadora das populações locais. Em paralelo, permite criar

as condições para intervenções mais estratégicas e prospetivas, preconizando a co construção - por via de processos participativos, sistemáticos e cruzados - de visões de futuro e a determinação das ações necessárias e prioritárias, a curto, médio e longo prazo, para as consubstanciar, ou para influenciar elementos parcelares da(s) mesma(s). Adquirem, por isso, sentido os três núcleos de finalidades subjacentes às CSF já que a construção de recursos cognitivos, por exemplo pela informação e consciencialização das populações, é fundamental, bem como uma adequada alocação de recursos e planeamento estratégico para delinear respostas e estruturas que se constituam como potenciadores da participação desejada.

2. Avaliação e recomendações a partir de um estudo sobre Comissões Sociais de Freguesia

O Estudo, a que já aludimos e cujas conclusões gerais apresentamos de seguida, decorreu de janeiro a outubro de 2016, e constituiu-se como uma pesquisa exploratória centrada num paradigma de cariz compreensivo-interpretativo. Procurou-se pois, por via da ênfase nos significados e ações de agentes diferenciados, apreender elementos estruturantes de uma realidade conceptualizada como múltipla, holística e divergente e, como tal, sempre, de alguma forma, intangível e indizível em toda a sua complexidade. Por via de uma metodologia interpretativa, assente em estudos de caso (cinco CSF com características sócio geográficas distintas), procedeu-se à recolha de dados, utilizando técnicas mistas, qualitativas e descritivas, e à respetiva análise pelo recurso a processos de indução analítica e de triangulação.

Partindo do pressuposto que um estudo diagnóstico se constitui como um fundamento de extrema relevância para uma intervenção social mais prospetiva, holística, inovadora e conseqüente, em termos de resultados, de eficiência e de adaptabilidade às mudanças (in)esperadas, desejadas ou provocadas, o Estudo em epígrafe procurou, não apenas identificar as condicionantes, os impactes e as tensões inerentes ao funcionamento das CSF estudadas, mas também delinear um conjunto de Recomendações que possam constituir-se, sobretudo, como pistas de reflexão para uma ponderação mais profunda sobre a relevância e as perspectivas de ação, presente e futura, das/nas CSF.

Sob tais pressupostos, e em consonância com os objetivos de caracterização exploratória definidos, o Estudo centrou-se essencialmente na recolha de dados estatísticos e de contributos qualitativos (via entrevistas semi estruturadas, grupos focais, *steering groups* e observação) de participantes distintos - decisores, dirigentes, técnicos de intervenção social e representantes de organizações do terceiro setor – identificados como fontes importantes de informação e de experiências concretas, mas também, concebidos como co-autores de um processo de construção e de ponderação sistemática da implementação das Comissões e dos respetivos impactes, efetivos e/ou potenciais.

Os dados recolhidos, e explanados de seguida, foram estruturados e analisados considerando três dimensões de análise – a gestão; a governança e os impactes (organizacionais e territoriais), considerando os grandes núcleos de finalidades no âmbito das CSF (operacionais, promocionais e estratégicas).

2.1. Gestão das CSF: condicionantes e tensões

A dimensão de “Gestão” comporta um conjunto de indicadores que nos permitiram avaliar o modelo de funcionamento das CSF e o modo como este se encontra, ou não, em consonância com um conjunto de pressupostos de ação e de estruturação adequados à letra da lei e às necessidades da própria CSF. Neste sentido, foram considerados como parâmetros de análise: a) o funcionamento e estrutura da Comissão; b) o planeamento e pensamento prospetivo e c) os sistemas de comunicação e informação.

Os dados recolhidos no que diz respeito à dimensão da Gestão permitem-nos salientar os seguintes aspetos em termos de caracterização e de identificação de tensões e factores de condicionamento nas CSF estudadas:

- a) A informalidade e a adaptabilidade tendem a caracterizar o funcionamento e o modelo global de gestão e de avaliação das CSF;
- b) O trabalho realizado no quadro das CSF não se consubstancia como um novo modelo de gestão inter e supra organizacional e integrado, mas como uma estrutura adicional que tende a duplicar, em inúmeros fóruns, a representatividade dos mesmos

profissionais e práticas “tradicionais” de intermediação mais ou menos enraizadas no imaginário profissional dos agentes sociais;

c) O modelo de parceria afirma-se ainda como pouco consistente, sendo necessário o reforço da articulação entre entidades no seio da CSF e entre esta e a comunidade local e concelhia;

d) A substancialidade do trabalho efetuado nas CSF parece radicar no atendimento de proximidade e na gestão do fundo de emergência social, afigurando-se ainda pouco visível uma dimensão mais integradora, territorializada e estratégica de desenvolvimento do território;

e) O modelo de funcionamento e de comunicação parece ser ainda essencialmente endogâmico, estando pouco desenvolvidos mecanismos e processos de articulação e de informação, com a comunidade, com parcerias alargadas, com as demais estruturas da Rede Social e com as restantes CSF.

2.2. Governança: questões críticas

A governança constitui-se como um elemento central e estratégico no quadro de um novo paradigma de gestão e coesão territorial. Com efeito, o atual conceito de governança associa-se sobretudo a três ideias basilares: i) a uma restrição e a uma maior contingencialidade do papel das instâncias estatais na determinação das vias de desenvolvimento social e económico; ii) a um conjunto de processos e mecanismos de inovação, no contexto organizacional e na construção da ação e da participação; iii) a um trabalho articulado entre instâncias e atores diferenciados, comportando, em paralelo, uma maior abertura, horizontalidade e transparência em termos de coordenação.

A noção pode ainda, se considerarmos sobretudo os processos accionais, alargar-se à compreensão das dinâmicas de poder - mais ou menos condicionado por determinados *stakeholders*, ou mais ou menos disseminado por diversas partes - que, nos contextos concretos (e nomeadamente nos territórios locais), parecem evidenciar-se

e ganhar forma numa enorme pluralidade de situações e combinações (Heinelt *et al.*, 2006).

Neste âmbito, no Estudo desenvolvido, procurámos compreender sobretudo dois eixos de análise: a participação (da população e dos parceiros) e a articulação com as demais estruturas da Rede Social. Neste sentido, é possível, através dos dados recolhidos, destacar os seguintes aspetos:

- a) A participação da população local nas CSF e nas dinâmicas de desenvolvimento territorial é ainda muito escassa e pontual, seja por incompreensão dos objetivos das CSF e das expectativas mútuas (de profissionais e cidadãos), seja por dificuldade de assunção de um perfil de autonomia e de afirmação de uma vontade emancipada em contextos de proximidade e de controlo inter pares mais acentuado;
- b) A participação de parceiros de áreas tradicionalmente “alheias ao setor social”, como o setor económico, revela-se ainda pouco relevante, confirmando uma tendência recorrente no quadro de projetos e processos de desenvolvimento social em Portugal;
- c) A articulação e partilha de informação entre as diversas estruturas da Rede Social e entre parceiros encontra-se ainda no nível iniciático da construção partilhada de um desenvolvimento estratégico e reflexivo.

2.3. Impactes (nas organizações e nos contextos): o elo perdido

A compreensão do modo como a Comissão tem contribuído para a transformação dos territórios e das organizações constitui-se como um elemento de enquadramento de uma perspetiva estratégica sobre o potencial e a relevância futura das CSF. Procurámos assim perceber, junto dos atores entrevistados, de que modo identificam, ou não, mudanças decorrentes da existência das CSF, nomeadamente a um nível organizacional e territorial.

Não deixa de ser significativa a não identificação, por parte de todos os entrevistados, de quaisquer impactes no território decorrentes do funcionamento das CSF. Uma evidência tanto mais significativa quanto um dos objetivos fundamentais do novo paradigma de intervenção e coesão territorial – de que a Rede Social e as CSF são

manifestações – radica precisamente, como já foi anteriormente salientado, na promoção de processos de transformação dos territórios, do uso diferenciado, inovador e partilhado dos seus recursos e de uma abordagem maiêutica das suas potencialidades e limitações.

Do mesmo modo, não foram identificados impactes relevantes no funcionamento das organizações. Estas mantêm a sua forma habitual e específica de atuar, não se reavaliando a partir do trabalho conjunto, nem determinando objetivos distintos decorrentes da parceria constituída. A existir algum impacte ele associa-se sobretudo a um incremento dos meios passíveis de ajudar a concretizar a missão de cada organização *per si*. Assim sendo, os impactes apontados pelos entrevistados centram-se sobretudo numa dimensão material diretamente associada à Comissão - aumento de recursos financeiros e humanos – e numa dimensão funcional – poupança de tempo e agregação de novos parceiros.

Considerações Finais

Os dados recolhidos junto das cinco CSF que manifestaram interesse em participar no Estudo permitem destacar, de modo exploratório, dois elementos de reflexão centrais: a pouca referencialidade estratégica das CSF em termos de desenvolvimento, coesão e inovação territorial; a preservação de práticas tradicionais de intervenção social, de âmbito circunstanciado e centrado nos efeitos.

Tais dados permitiram confirmar, de facto, algumas das tensões, já identificadas por outros estudos similares (Godinho & Henriques, 2012), no que diz respeito ao modelo de funcionamento e gestão da própria Rede Social, nomeadamente:

- Entre conceções mais restritas de ação social focadas no combate à pobreza e à exclusão (plasmadas por exemplo na grande centralidade da gestão do Fundo de Emergência Social) e conceções mais holísticas de desenvolvimento social, inovação e estratégia que estão inerentes ao (novo) paradigma de gestão local;
- Entre a obediência a uma estrutura *top-down* de planeamento de políticas sociais (desde logo inerente ao forte papel assumido pela autarquia, seja a Câmara Municipal, seja a

Junta de Freguesia na gestão e supervisão da própria Comissão), os instrumentos normalizados e burocráticos que enquadra e uma lógica participativa desejável de tipo *bottom-up*;

- Entre preocupações endógenas de funcionamento da própria CSF e preocupações com o desenvolvimento de formas de participação e de abertura à diversidade de perspetivas, o que é acentuado nomeadamente pelo facto de os diversos participantes das Comissões terem, em paralelo, um outro enquadramento profissional que “lhes paga o salário” e pelo facto de raramente estarem presentes nas Comissões representantes da população local;

- Entre a preservação da especificidade e plano de ação de cada parceiro e a necessária articulação e cedências recíprocas no quadro de uma ação territorializada;

- Entre a manutenção de práticas profissionais adquiridas e muitas vezes de tipo paliativo (atribuição de subsídios ou apoios em dinheiro ou géneros) e a abertura a novas formas de intervir na concretização de uma ótica renovada de atendimento integrado e de desenvolvimento holístico.

Na verdade, os dados parecem revelar que por vezes se verifica apenas uma relocalização das práticas de atendimento social e de discussão de “casos sociais”. Esta relocalização, se por um lado pode facilitar o acesso de certas populações aos apoios, bem como a discussão partilhada *in loco* dos problemas e a supervisão de uma equipa mais lata, por outro, pode também potenciar, como foi destacado, novas lógicas de moralização e julgamento coletivo (que tendem a incrementar-se em contextos micro, dotados de maior visibilidade e interconhecimento). Sobretudo se esse atendimento se concretizar em espaços com conotações potencialmente “adversas”, por um ou outro motivo (por exemplo, as sedes das Juntas de Freguesia).

Este conjunto de tensões concretiza-se, de forma mais explícita ou mais implícita, numa dissonância, e por vezes mesmo contradição, entre o que se pretende concretizar em termos de intenções e retórica e o que efetivamente se concretiza em termos de ações e de resultados. A compreensão de uma perspetiva de desenvolvimento integrado e prospetivo, enquadrando não apenas os domínios sociais “tradicionais”, mas também políticas de ordenamento do território, políticas de emprego e formação,

políticas educativas, políticas de habitação, políticas de transportes e de acessibilidades, políticas de saúde, entre outras, é pois essencial para o cumprimento das finalidades estratégicas das CSF e, em consequência, do paradigma de territorialização e de inovação que a Rede Social visa concretizar.

Bibliografia

Barreto, A. (2002). A participação cívica e política e a evolução da sociedade portuguesa. In *O estado e o cidadão. Actas dos VIII Cursos Internacionais de Verão de Cascais* (pp. 45-60). Cascais: Câmara Municipal de Cascais.

Donzelot, J. & Estèbe, P. (1994). *L'Etat animateur*. Paris: Esprit.

Ferrera, M., Hemerijck, A. & Rhodes, M. (2000). *O Futuro da Europa Social – Repensar o Trabalho e a Protecção Social na Nova Economia*. Lisboa: Celta Editora.

Freire, A. (2003). Desempenho da democracia e reformas políticas: o caso português em perspectiva comparada. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 42, 133-160.

Godinho, R. & Henriques, J. M. (coords) (2012). *Projeto Rede em Prática. Relatório Final de Avaliação do Programa Rede Social 2010 – 2012*. Lisboa: IESE - Instituto de Estudos Sociais e Económicos e Instituto da Segurança Social.

Heinelt, H. et al. (2006). *Governance for Sustainability*. Darmstadt Erkner: G-FORS.

Vala, J., Cabral, M.V. & Ramos, A. (2003). *Valores Sociais: mudanças e contrastes em Portugal e na Europa*. Lisboa: ICS.

CONFIGURAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NO ACOLHIMENTO DE NOVOS VALORES INERENTES À SEXUALIDADE PLURAL E À DA IGUALDADE DE GÉNERO

CRISTINA PEREIRA VIEIRA
UAb e CIEG
cvieira@uab.pt

DÁLIA COSTA
ISCSP-UL e CIEG
daliacosta@iscsp.utl.pt

Resumo

A Rede Social enquadra a planificação estratégica da intervenção social local, em vários domínios da promoção do social, sustentando ações de desenvolvimento social /inclusivo e promovendo a integração assente na compreensão de heterogeneidades, em função do valor social e princípio constitucional da igualdade. Integrada neste contexto, pensamos a importância da definição de estratégias de intervenção na perspetiva da igualdade de género e da não-discriminação em função do sexo e da orientação sexual, nos diferentes domínios das políticas da Administração Local. Será apresentado o estudo desenvolvido, a partir dos relatórios de avaliação e perspetivas das Redes Sociais, em Portugal (Continental), em relação ao acolhimento de novos valores inerentes a uma sexualidade plural e à da igualdade de género e da não-discriminação em função do sexo e da orientação sexual. Este estudo contribui para visitar políticas públicas de planeamento participado e perceber como está a ser modelado o encorajamento à intervenção social em rede, pelos diferentes agentes locais, na concertação de objetivos e ações desenvolvidas por forma a conceber contextos inclusivos, que protejam e mantenham as vidas que vão resistindo aos modelos de assimilação normativos.

Palavras Chave: Rede Social, sexualidade plural, igualdade de género

Abstract

The Social Network fits the strategic planning of local social intervention in various areas of social promotion, sustaining social / inclusive development actions and promoting integration based on the understanding of heterogeneities, according to the social value and constitutional principle of equality

In this context, we consider the importance of defining intervention strategies in the perspective of gender equality and non-discrimination based on gender and sexual orientation in the different domains of Local Government policies.

The study will be presented, based on the evaluation reports and perspectives of the Social Networks, in Portugal (Continental), regarding the reception of new values inherent to a plurality sexuality and that of gender equality and non-discrimination according to sex and sexual orientation.

This study contributes to revisit public policies of participatory planning and to understand how the encouragement of social intervention in the network by the different local agents is being modeled, in the coordination of objectives and actions developed in order to conceive inclusive contexts that protect and maintain the lives which are resisting normative assimilation models.

Keywords: Social network, sexuality plural, gender equality

1. “Diagnosticar” - o desenvolvimento social a partir da questão de género

O Conceito de Diagnóstico pensado a partir do contexto do desenvolvimento social surge, por parte dos diferentes atores sociais, como um instrumento necessário para a compreensão da complexidade dos problemas sociais e da sua intervenção.

Este instrumento tem o potencial de identificar os problemas sociais e proceder a um prognóstico, que no fundo consiste numa espécie de previsão do que poderá acontecer. Neste sentido, proporciona a possibilidade de capacitar a criação de formas mais adequadas para colmatar as situações-problema.

Quando pensamos no termo Diagnóstico, rapidamente este surge associado à área da medicina que o enquadra na qualificação e categorização para a compreensão as situações bio-fisiológicas da saúde/ doença. Este é também o sentido associado ao diagnóstico social. Nomeadamente., porque surge como uma ferramenta usada para compreender a realidade social, classificando as necessidades e os principais problemas de uma determinada área (num contexto mais ou menos micro ou macro).

A partir do mapeamento de diferentes possibilidades e problemáticas sociais, pensamos, hoje, aqui focarmo-nos na questão particular do género, pensada como uma abordagem mais comum para as questões de igualdade de género ao nível dos diferentes setores.

Como ponto de partida, chamamos atenção para o facto de em muitos contextos as relações de género enfrentarem, ainda, uma ordem social caracterizada pela rigidez, nomeadamente:

- . Na identificação binária de masculino e feminino, fomentadora de uma dicotomia de opostos;
- . Na definição de papéis sociais, de expectativas e de necessidades baseada em atributos naturais (sexo);
- . Na promoção de igualdade de género tomando o masculino, dominante como referencial.

Ainda que a partir do contexto da atual sociedade da modernidade o entendimento da conceção de género assente em princípios fluídos e mutáveis, torna-se inquietante, quando reflexivamente percebemos que frequentemente podemos estar a incorrer no risco da invisibilidade, num quotidiano com práticas que não permitem emergir a diversidade biológica e social. Ou seja, não permitindo que a compreensão da conceção de género seja alicerçada em princípios de heterogeneidades e de pluralidade, princípios estes importantes para os respetivos procedimentos relacionados com o desenvolvimento social.

Contudo, nos últimos anos há a partir de diferentes quadros políticos e sociais um esforço para garantir os princípios de heterogeneidade. Aqui iremos retratar, especificamente algumas das políticas impulsionadoras para as questões da igualdade, que promovem um conjunto de princípios em matéria de igualdade e de não discriminação, nomeadamente através dos três Planos Nacionais para a Igualdade – PNI.

2. Os Planos Nacionais para a Igualdade – PNI

Uma breve revisão sobre os Planos Nacionais para a Igualdade (PNIs III; IV e V) deixam perceber as políticas implementadas para as questões da igualdade de género, e especificamente no âmbito do trabalho que a Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG) tem vindo a desenvolver.

- O III Plano Nacional para a Igualdade – Cidadania e Género

O III PNI vem regular (através da Resolução do Conselho de Ministros nº82/2007, de 22 junho, de 2007), no início do século XXI, a estabilização da política nacional no domínio da igualdade de género, dando cumprimento aos compromissos assumidos quer em termos nacionais - pelo Programa do XVII Governo Constitucional e nas Grandes Opções do Plano, entre 2005-2009 -, quer em termos internacionais - especificamente

pelo Roteiro para a Igualdade entre Homens e Mulheres, entre 2006-2010, da Comissão Europeia.

Nesta Resolução é fortalecida a ideia de que a igualdade de género é um direito fundamental consagrado na Constituição da república portuguesa e conseqüentemente dela faz parte os Direitos Humanos. O seu enquadramento deixa perceber que a participação plena das pessoas (aqui ainda muito centrada na discussão dos direitos homens / mulheres) e o combate às desigualdades têm implicações diretas na promoção do desenvolvimento da sociedade. Nomeadamente, quando se afirma que o combate à desigualdade de género deve assentar em todos os domínios da vida social, política, económica e cultural – apoiadas por cinco áreas estratégicas.

“ O III Plano Nacional para a Igualdade — Cidadania e Género (2007-2010) pretende reforçar o combate à desigualdade de género em todos os domínios da vida social, política, económica e cultural. Assim, numa perspectiva complementar, este Plano preconiza, por um lado, a integração da dimensão de género nas diversas áreas de política (mainstreaming de género) e, por outro, acções específicas para a promoção da igualdade de género, incluindo acções positivas. O Plano assenta nas seguintes áreas estratégicas de intervenção:

- I) Perspectiva de género nos diversos domínios de política enquanto requisito de boa governação;
- II) Perspectiva de género nos domínios prioritários de política;
- III) Cidadania e género;
- IV) Violência de género;
- V) Perspectiva de género na União Europeia, no Plano Internacional e na Cooperação para o Desenvolvimento.” (Resolução do Conselho de Ministros nº82/2007, de 22 junho, de 2007).

Com a implementação do III PNI surge um conjunto de propostas, através da uma série compromissos, que visam a consolidação nacional e internacional de medidas e políticas no domínio da igualdade de género.

A execução e os resultados alcançados pelo III Plano Nacional para a Igualdade - Cidadania e Género (2007-2010) foram analisados pela equipa coordenada por Virgínia Ferreira. E desta avaliação resultou um conjunto de recomendações, onde se destaca a prioridade necessária à implementação e operacionalização de uma estratégia transversal da perspectiva de género, tendo em vista a execução de um modelo integrado de políticas de igualdade.

Assim, e em defesa de uma perspectiva imbuída de práticas no quotidiano social e de estratégias pensadas e realizadas para todo o território português no plano de promoção da igualdade, o estudo lançou quatro desafios, nomeadamente:

- a transversalidade da perspectiva de género;
- o desenvolvimento de competências analíticas e de instrumentos necessários, tendo em conta os serviços institucionais exercidos pelos diferentes agentes envolvidos no processo de transversalização da perspectiva de género;
- a promoção da cooperação institucional, quer a nível horizontal (interdepartamental), quer vertical (entre todos os níveis políticos);
- e por último, o desafio de implementar um sistema de produção de conhecimento especializado e de informação, desagregada por sexo, que permita a criação de políticas e de programas de ação.

A este propósito é ainda referida a necessidade de supervisão do impacto das políticas públicas nas desigualdades entre mulheres e homens e nas relações sociais entre os sexos. Convém, no entanto, aludir que este discurso, ainda que impulse estratégias de transversalidade da perspectiva de género, surge subentendido na forma diferenciada de homem / mulher.

- IV Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e não Discriminação

O surgimento do IV Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e não Discriminação, proposto pela na resolução do Conselho de Ministros nº 5/2011, para o período entre 2007-2010, teve como propósito reforçar a igualdade como uma realidade competitiva e de desenvolvimento. A este respeito foi indicada, a partir de uma tripla abordagem, a pretensão de:

“... Por um lado, o reforço da transversalização da dimensão de género, como requisito de boa governação, de modo a garantir a sua integração em todos os domínios de actividade política e da realidade social, para se construir uma cidadania plena nas esferas pública e privada. Por outro, a conjugação desta estratégia com acções específicas, incluindo acções positivas, destinadas a ultrapassar as desigualdades que afectam as mulheres em particular. E ainda, a introdução da perspectiva de género em todas as áreas de discriminação, prestando um olhar particular aos diferentes impactos desta junto dos homens e das mulheres. A rede de municípios que promovem a igualdade de género e a cidadania bem como a sociedade civil organizada constituir-se-ão como parceiros estratégicos na implementação das políticas públicas de igualdade e não discriminação.” (Resolução do Conselho de Ministros nº5/2011, de 18 janeiro, de 2011).

Neste sentido, o IV PNI pressupunha a implementação de conjunto de 97 medidas organizadas por 14 áreas estratégicas, nomeadamente:

- “1) Integração da Dimensão de Género na Administração Pública, Central e Local, como Requisito de Boa Governação;
 - 2) Independência Económica, Mercado de Trabalho e Organização DA Vida Profissional, Familiar e Pessoal;
 - 3) Educação e Ensino Superior e Formação ao Longo da Vida;
 - 4) Saúde;
 - 5) Ambiente e Organização do Território;
 - 6) Investigação e Sociedade do Conhecimento;
 - 7) Desporto e Cultura;
 - 8) Media, Publicidade e Marketing;
 - 9) Violência de Género;
 - 10) Inclusão Social;
 - 11) Orientação Sexual e Identidade de Género;
 - 12) Juventude;
 - 13) Organizações da Sociedade Civil;
 - 14) Relações Internacionais, Cooperação e Comunidades Portuguesas.”
- (Resolução do Concelho de Ministros nº5/2011, de 18 janeiro, de 2011).

O relatório de Execução de 2013 levado a pela CIG e o Conselho de Ministros deixa perceber com alguma satisfação que globalmente os resultados alcançados foram positivos durante a permanência do Plano. Com destaque para um conjunto de ações, nomeadamente, com realização de seminários, workshops, ações de formação e sensibilização e outros eventos, representando, na maioria, ações concretizadas (por darem resposta a grande parte das medidas (21 medidas).

Contudo, a complexidade de logística, traduzida pela prática concreta de algumas das Medidas, foi percebida com dificuldade por alguns Ministérios e/ou Organismos. Da mesma forma foi referenciada a omissão de instrumentos, prazos de execução ou número de atividades, o que sem dúvida foi apresentado como uma influencia para a avaliação de progresso, tornando mais difícil definir de forma objetiva o grau de

eficácia alcançado. Assim, os Ministérios reportaram um conjunto de constrangimentos - sumariamente traduzidos pela existência de:

Um número elevado de medidas e áreas estratégicas a serem cumpridas em 3 anos;

Problemas decorrentes da reorganização dos Ministérios, levando a uma deficiente articulação interdepartamental;

Desarticulação entre algumas medidas, indicadores de execução e Público-alvo;

Inexistência de calendarização;

Falta de indicadores concretos e contabilizáveis que permitam avaliar os resultados alcançados com as atividades que concorrem para a execução das medidas, das diferentes áreas estratégicas.” (CIG, 2013)

Apesar destes constrangimentos, o relatório termina fazendo referência que na globalidade o estado de execução das medidas do IV PNI consegue pôr em prática um total de das 97 medidas. E neste contexto, evidencia que os resultados alcançados foram feitos a partir de um conjunto de sinergias interministeriais e demais entidades públicas e privadas, municípios e organizações da sociedade civil.

- V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não –discriminação

A 31 de dezembro de 2013 (Resolução do Conselho de Ministros n.º 103/2013) é regulado o V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não-discriminação, levado a cabo entre 2014-2017.

O V PNI tem como objetivo fortalecer a promoção da igualdade de género, a partir de todas as áreas da governação, reforçando a intervenção nos domínios da educação, da saúde e do mercado de trabalho, dado julgar que estas áreas devem ser alvo de um maior investimento, no sentido da ampliação e aprofundamento das respetivas medidas.

O V PNI vem ainda defender a articulação com todos os planos e programas nacionais existentes no âmbito das políticas sectoriais ou transversais, veículos de criação e

aprofundamento do sentido de igualdade de género e da não-discriminação em função do sexo e da orientação sexual, e vem garantir a afirmação das diferentes dimensões integradas nos instrumentos estratégicos.

Neste sentido, o V PNI vem reforçar

“a intervenção nos domínios da educação, saúde e mercado de trabalho, por se considerar que estas áreas são merecedoras de um maior investimento no sentido do alargamento e aprofundamento das respetivas medidas. Pretende-se, ainda, garantir a articulação entre o V PNI e os planos e programas nacionais existentes no âmbito de políticas sectoriais ou transversais relevantes para a construção e o aprofundamento da igualdade de género e da não-discriminação em função do sexo e da orientação sexual, bem como assegurar que também estas dimensões se encontram integradas nesses instrumentos estratégicos.” (Resolução do Conselho de Ministros n.º 103/2013, de 31 de dezembro de 2013)

Prevendo adoção de um conjunto de medidas estruturadas este V Plano vem centrar a sua atuação em áreas estratégicas, onde através de um esforço ordenado sistematiza as linhas orientadoras dos anteriores planos. Nomeadamente, organizada da seguinte forma:

“...adoção de 70 medidas estruturadas em torno de sete áreas estratégicas, no que representa um esforço de maior sistematização relativamente aos planos anteriores. Simultaneamente atribui-se, a cada medida, uma entidade responsável pela sua execução, assim como os objetivos a atingir, indicadores de resultado e calendarização das medidas. Estas inovações traduzir-se-ão certamente numa mais clara identificação dos resultados e impactos esperados, contribuindo ainda para agilizar, de uma forma geral, a operacionalização do V PNI, em consonância com as recomendações decorrentes da avaliação externa do IV Plano Nacional.” (Conselho de Ministros n.º 103/2013, de 31 de dezembro de 2013)

Desta forma, percebemos que se no III PNI – Cidadania e Género (2007-2010) se procurava reforçar a orientação política nomeadamente, através da definição de uma área estratégica de intervenção: na Perspetiva de Género em todos os Domínios de Política enquanto Requisito de Boa Governação’ - tendo como objetivo “apoiar a integração da dimensão de género nas diferentes áreas de política da Administração Local”, no V plano PNI há como que salto qualitativo, pois ainda que assente numa certa continuidade, ele vem reforçar a intervenção nos domínios da educação, saúde e mercado de trabalho - considerados vetores estratégicos, no sentido do alargamento do aprofundamento das respetivas medidas.

Contudo, e ainda que no contexto específico do discurso, e do sentido dado ao mesmo, se perceba que há aqui já um cuidado particularmente orientado para as questões de

igualdade de género e a não discriminação em relação à orientação sexual, ainda assim persiste um âmbito pouco dirigido para as estruturas que estão no terreno.

3. Diagnósticos Sociais – a perspetiva do género nas políticas e práticas do poder local – breves reflexões de um estudo exploratório

Após esta contextualização das políticas de Igualdade de género, sentimos necessidade de nos centramos no Decreto-Lei nº 115/2006 de 14 de Junho, que faz referência ao processo de planeamento integrado da intervenção no âmbito da Rede Social, assente na produção de quatro instrumentos fundamentais: o Diagnóstico Social; o Plano de Desenvolvimento Social; o Sistema de Informação e o Plano de Ação anual.

Neste contexto, e no campo do Diagnóstico Social ao mapear as diferentes possibilidades e problemáticas sociais, e possível cruzar as questões de integração de género e proceder a uma abordagem em relação às questões de igualdade de género ao nível dos diferentes setores. Tudo isto sustentado pelas áreas do V PNI que, e tal como já referimos, pretende que os planos e programas nacionais existentes no âmbito de políticas setoriais ou transversais sejam significativos para a construção e o aprofundamento da igualdade de género e da não-discriminação em função do sexo e da orientação sexual. No mesmo sentido, procurando assegurar uma intervenção nos domínios da educação; saúde e emprego – tudo pensado como dimensões integradas nos instrumentos estratégicos.

Assim, e de forma a ilustrar a situação de alguns concelhos procedemos a um breve levantamento sobre os diagnósticos sociais e os planos de intervenção adotados por 18 concelhos de Portugal continental - a opção metodológica centrou-se na seleção aleatória simples de um Concelho por Distrito (Portugal Continental - não Regiões NUT III) (N=18), entre litoral e interior; norte e sul – levantamento efetuado a partir das informações disponíveis nas páginas/sítios das respetivas câmaras municipais dos concelhos selecionados). Esperava-se com este levantamento encontrar, de acordo os as diferentes especificidades locais, heterogeneidades de valores, a partir de um olhar plural, essencial no desenvolvimento da igualdade e inclusão social.

Contudo, o que percebemos é que apesar deste ser um instrumento de levantamento sobre algumas das problemáticas da igualdade de género, a direção das informações deixa ver a necessidade de sensibilização dos diversos agentes e atores sociais, no campo específico do desenvolvimento local e incorporação da perspetiva de género alicerçada a um sentido heterogéneo e plural.

Neste estudo exploratório podemos aferir que há municípios que não têm em atenção qualquer ação de sensibilização e (in)formação e frequentemente quando estas surgem divulgadas são norteadas por uma linguagem e um sentido frequentemente dirigido para uma segmentação binária (homem/mulher) e um enquadramento heteronormativo.

A partir das informações encontradas chamamos atenção para alguns detalhes da informação recolhida:

Os 18 concelhos visitados há uma certa regularidade na informação em relação:

- Ao recurso a estratégias cada vez mais participativas;
- Aos Diagnósticos e Planos organizados por Áreas temáticas clássicas na intervenção social e/ou categorias da população correspondendo ao paradigma tradicional da Política Social (ex. envelhecimento / idosos; Família; Pobreza; Desemprego...);
- Há no entanto, pouca regularidade no planeamento e avaliação de Planos, Projetos e Ações.

Há outras regularidades entre Municípios que ainda que menos frequentes surgem com um peso que consideramos de preocupantes, nomeadamente:

- Planos Municipais definidos sem Diagnóstico a suportá-los (Avaliação de Necessidades na Comunidade);
- Planos Municipais definidos sem Carta de Recursos atualizada (equipamentos e serviços);
- Paralelamente, também verificamos que não há um cuidado específico em relação à linguagem usada, quer nos documentos quer em plataformas, situação a ter em atenção, pois como é sabido este cuidado (ou a falta dele) reproduz as

representações sociais de género predominantes num determinado contexto histórico e cultural e vai refletindo, frequentemente, práticas discriminatórias.

EM JEITO DE REFLEXÃO FINAL

Tal como já foi referido este breve levantamento pelos 18 concelhos deixa perceber que há áreas omissas e que estas não são áreas sem problemas ou necessidades, pelo contrário. Ou seja, o que sabemos é que sem um diagnóstico dedicado (e este faltou na generalidade dos municípios desta pesquisa exploratória) o planeamento para áreas específicas torna-se mais difícil. Neste contexto, é necessário responsabilizar os diferentes atores sociais (os profissionais da intervenção) para não só promoverem a necessidade de um dedicado diagnóstico da realidade, cruzando-o com as questões de género, mas também para estarem atentos à persistência do vazio entre os ideais de transformação política (sustentados, por exemplo, pelos PNI) e a realidade alicerçada pelas práticas quotidianas, que em muitos casos permanece a ideia de género tendenciosa e teimosamente resistente à mudança e a uma visão plural.

A partir destas constatações sentimos necessidade de apelar à importância da promoção da investigação nas diferentes áreas de intervenção envolvendo abordagens intersectoriais das políticas de igualdade de género e de não discriminação e para tal é crucial que se analise como as relações sociais de género se interagem com o desenvolvimento social inclusivo. Nomeadamente, porque temos o dever de perceber que qualquer que seja o território, ele não deve ser entendido como um mero recetáculo neutro de práticas sociais; não deve ser entendido como um simples cenário onde se desenrolam diferentes intervenções, mas antes um espaço de práticas condicionadas por diferentes possibilidades – onde emergem dimensões materiais e imateriais, isto é, simbólicas, que em rede interagem de forma complexa.

Em nossa opinião é crucial uma certa inquietude e atenção para uma compreensão da realidade assente nas heterogeneidades e que frequentemente permanecem invisíveis.

Assim, e num espaço de democracia cultural e social as forças políticas e técnicas em que assenta o poder local deverá ter presente um agenciamento que alerte para a importância da realização de diagnósticos que assentem na lógica do respeito e da dignidade humana de todas as formas de expressão, sejam elas quais forem. A partir deste pressuposto reforçamos a necessidade de importância da implementação de investigação teórica e empírica sobre género, nas diferentes áreas de intervenção envolvendo abordagens intersectoriais das políticas de igualdade de género e de não discriminação, assente no princípio do desenvolvimento social inclusivo.

E por isso, apelamos ao cuidado e à inquietação, dando espaço ao questionamento do porquê que uma categoria como género se apresentar estável ou instável, nos diferentes contextos espaço-temporais.

No mesmo sentido, realçamos a importância de dar espaço ao questionamento do que está a mudar (ou não) e com que consequências para as experiências de vida do quotidiano.

Em suma, o que se espera é que seja prática frequente a procura da compreensão de como está a ser modelado e encorajada a intervenção social em rede, pelos diferentes agentes locais, tendo em conta a concertação de objetivos e ações desenvolvidas, por forma a conceber contextos inclusivos que protejam e mantenham as vidas que vão resistindo aos modelos de assimilação normativos.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Borgatti, S. (2003). Conceptos básicos de redes sociales. Disponível em <http://www.analytictech.com/networks>, consulta a 27/05/2016.

Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona; Buenos Aires; México. Paidós

Butler, J. (2007). *El género em disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona; Buenos Aires; México. Paidós. Disponível em <http://www.bsolot.info/wp-content/uploads/2014/05/el-g%C3%A9nero-en-disputa-de-Judith-Butler.pdf>.

Consultado a 2/11/2016

Fialho, J.; Silva, C.A.; Saragoça, J (2015). *Diagnóstico social. Teoria, metodologia e casos práticos*. Lisboa: Edições sílabo.

CIG (Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género) – Presidência do Conselho de Ministros. IV Plano Nacional para a Igualdade - Género, Cidadania e não Discriminação, 2011 - 2013. Relatório de Execução 2013- https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2014/05/Relat%C3%B3rio_Execu%C3%A7%C3%A3o_IV_PNI_2013.pdf

Resolução do Conselho de Ministros nº82/2007, de 22 junho, de 2007. Publicado no Diário da República, 1.ª série — N.º 119 — 22 de Junho de 2007 (p:3949 a 3987).

Disponível em: https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2013/12/III_Plano_Nacional_Igualdade_Cidadania_Genero.pdf.

Consultado a 20/05/2016

Resolução do Conselho de Ministros nº5/2011, de 18 janeiro, de 2011. Publicado no diário da República, 1.ª série — N.º 12 Disponível em:

http://www.igualdade.gov.pt/images/stories/documentos/legislacao/legislacao/Planos_Nacionais/2011_5_RCM.pdf. Consultado a 30/05/2016

Resolução do Conselho de Ministros n.º 103/2013, de 31 de dezembro de 2013. Publicado no Diário da República, 1.ª série — N.º 253. Disponível em: <https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2013/12/25300/0703607049.pdf>. Consultado a 01/06/2016

Ferreira, V. (Coord.) et all. (2011) Estudo de avaliação do III Plano Nacional para a Igualdade – cidadania e género: relatório final para a CIG. (setembro de 2010 e revista em Maio de 2011) APEU - Associação Para a Extensão Universitária Faculdade de Economia, da Universidade de Coimbra. Disponível em: https://www.cig.gov.pt/wpcontent/uploads/2013/12/III_PNI_Cidadania_e_Genero_2007_2010_Relatorio_Externo_de_Execucao.pdf, consulta em 20/05/2016

AS DINÂMICAS DAS RELAÇÕES ENTRE OS MUNICÍPIOS DO ALTO ALENTEJO

ANA BALÃO
ECS/Universidade de Évora, CICS.NOVA.UÉvora
ana.balao@hotmail.com

JOSÉ SARAGOÇA
ECS/Universidade de Évora, CICS.NOVA.UÉvora
jsaragoca@uevora.pt

Resumo

Num tempo em que as questões relativas à descentralização de competências para as autarquias locais estão na ordem do dia, as relações de cooperação são frequentemente apontadas como solução para múltiplos problemas com que se confrontam os municípios. Na verdade, os apoios ao desenvolvimento de políticas públicas autárquicas em diversos domínios de ação são marcados pela necessidade de intensificação das relações entre atores, quer da mesma natureza, por exemplo, os municípios, quer de natureza diversa, por exemplo entre municípios e agrupamentos de escolas ou entre aqueles e as Instituições Particulares de Solidariedade Social.

Ora, essas relações entre atores organizacionais - que podem ser de diversos tipos e intensidades (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013; Alves, 2012) - constituem-se como uma rede que pode e deve ser cartografada de modo indutivo a fim de se encontrarem regularidades, grupos e categorizações (Portugal, 2007, p. 7).

No quadro de uma investigação em curso sobre cooperação intermunicipal, procurou-se, através da metodologia de “análise de redes sociais”, realizar um estudo com o objetivo de identificar as atuais relações de cooperação que se estabelecem entre municípios do Alto Alentejo (Portugal) e antecipar o que podem vir a ser as redes relacionais entre municípios no âmbito das dinâmicas do sistema de cooperação intermunicipal no futuro de curto prazo.

Os principais resultados do estudo realizado e que aqui se apresenta mostram que todos os municípios deste território possuem relações de cooperação entre si, ainda que com distinta intensidade; que a proximidade geográfica entre municípios é um importante fator para o desenvolvimento de relações entre municípios, sendo, muitas vezes, sinónimo de problemas e necessidades similares; e que, contrariamente, para os atores em questão, as filiações políticas de cada um não se constituem como motor para o desenvolvimento ou não de relações de cooperação.

Palavras-chave: municípios, redes, cooperação, cooperação intermunicipal

Abstract

At a time when decentralized skills issues for local authorities are the order of the day, cooperative relations are often identified as a solution to the multiple problems faced by municipalities. In fact, support for the development of local public policies in various fields of action is marked by the need to intensify relations between actors, whether of the same nature, for example, municipalities or of a different nature, for example between municipalities and groups of Schools or between them and the Private Institutions of Social Solidarity.

These relationships between organizational actors - which can be of different types and intensities (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013; Alves, 2012) - constitute a network that can and should be mapped in an inductive way in order to find regularities, groups and categorizations (Portugal, 2007, p.7).

In an ongoing research on inter-municipal cooperation, a "social network analysis" methodology was used to carry out a study with the objective of identifying the current cooperation relations between Alto Alentejo (Portugal) And to anticipate what may be the relational networks between municipalities within the framework of the future dynamics of the intermunicipal cooperation system.

The main results of the partial study carried out show that all the municipalities of this territory have cooperative relations between them. However the intensity of these relationships is different. The geographical proximity between municipalities is an important factor for the development of relations between municipalities. This geographical proximity is often synonymous with problems and similar needs. Conversely, for the actors in question, the political affiliations of each are not as an engine for the development or not of cooperative relations.

Keywords: municipalities, networks, cooperation, inter-municipal cooperation

Introdução

Desde há longa data que as relações de cooperação entre municípios são uma realidade, embora existam diferenças substanciais entre países (Hulst e Monfort, 2007; Teles, 2016; Giacomini, 2017). O facto de os municípios possuírem uma história de cooperação não é irrelevante porque produz importantes impactos quer a nível local, quer ao nível dos próprios países (Teles, 2016) uma vez que têm tido maior capacidade de resposta à mudança do que outras formas tradicionais de governo (Hulst e Monfort, 2007).

A cooperação intermunicipal enquanto objeto de estudo é um fenómeno recente e no nosso país não são vulgares os estudos sobre esta temática. Não sabemos qual o motivo que leva a esta realidade, mas podemos levantar algumas hipóteses: o quadro legislativo instável, o facto de Portugal passado por um regime político centralizador e autoritário, em que o governo local era apenas uma instância do poder central ou uma insipiente cultura de cooperação.

De modo a desocultar a cooperação intermunicipal enquanto objeto de estudo sociológico num determinado território, está a ser desenvolvida uma investigação que tem como objeto as relações de cooperação entre municípios no Alto Alentejo (Portugal).

O Alto Alentejo é uma sub-região que possui características similares ao Alentejo mas onde a sua estrutura social e económica apresenta particularidades, como por exemplo: a dificuldade em fixar pessoas, a reduzida expressão do seu tecido empresarial, o seu elevado envelhecimento populacional. Em qualquer destes indicadores a situação do Alto Alentejo, quando comparada com o Alentejo, é mais desfavorável. Este facto levou-nos a questionar se a cooperação entre municípios, enquanto processo que envolve a relação de dois ou mais atores para a concretização de um objetivo comum, é uma possibilidade destes municípios responderem às exigências atuais do território.

O artigo apresenta a seguinte organização: a primeira parte refere-se à conceptualização da cooperação e da cooperação intermunicipal, em particular, apresentando-se o enquadramento teórico do objeto de estudo - a cooperação entre municípios; na segunda parte, enquadra-se o tema de estudo no âmbito da Análise de

Redes Sociais (ARS). Por fim, apresentam-se dados, ainda preliminares, relativos à investigação em curso e as considerações finais.

1. Enquadramento Conceptual

A cooperação intermunicipal tem vindo a ganhar importância enquanto objeto de estudo (Hulst e Monfort, 2007; Wiberg e Limani, 2015; Teles e Kettunen, 2016; Einhaus e Fuchs, 2017; Tolkovanov, 2017; Giacomini, 2017; Dušek, 2017) devido a diversos fenómenos, nomeadamente, ao facto dos municípios enfrentarem dificuldades para satisfazer necessidades e solucionar problemas que lhe são colocados; possuem maiores responsabilidades em termos de desenvolvimento dos territórios e, muitas vezes, os recursos próprios são muito limitados. Contudo, este fenómeno também é influenciado por condicionalismos externos. De facto, a partir de 2008, diversas instituições no panorama internacional (Organização das Nações Unidas, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, União Europeia) realizaram diferentes intervenções sobre questões das relações entre atores e sobre as formas de desenvolvimento dessas relações, tornando-as uma questão evidente para o desenvolvimento de possíveis soluções para ultrapassar a grave crise económica e social que assolou globalmente os países. As relações de cooperação são mencionadas em múltiplos relatórios como imprescindíveis para o desenvolvimento dos territórios e para fazer face ao anterior paradigma de desenvolvimento.

As relações de cooperação ativam laços entre atores, em torno da concretização de um ou vários objetivos comuns. Esses laços possuem carácter voluntário ou são ativados por imposições externas (dos governos nacionais ou mesmo de outras entidades que fazem depender a elegibilidade de concorrer a determinados apoios do facto dos seus promotores realizarem essas ações no âmbito de relações de cooperação), por exemplo, tal como refere Dušek (2017) “the current conception of regional politics as an activity, which is supposed to help diminish differences between the development levels of the respective regions and ensure their harmonious development, accentuates and requires the necessity for municipalities to cooperate” (Dušek, 2017, p. 343).

Norton (1994), citado por Hulst e Monfort (2007), menciona que na maioria dos casos, na Europa, a cooperação intermunicipal foi resultado da persuasão, incentivos e requisitos legais.

Normalmente, as relações de cooperação entre municípios estão interligadas com a falta de recursos ou de escala, com o acesso a determinados recursos/fundos, com a criação de um novo projeto (Silva, 2012). Também podemos encontrar relações entre atores que visam limitar as consequências de uma distribuição deficiente das competências e dos recursos ou de limitações municipais (Tolkovanov, 2017) ou para fazer face à necessidade de coordenação de políticas nos territórios (Balão, *Cooperação Intermunicipal: um campo para a análise sociológica*, 2014). As motivações podem ainda advir da necessidade de implementar certos serviços de âmbito mais alargado do que a escala local, um desejo de criar ferramentas para o desenvolvimento regional (Teles e Kettunen, 2016) ou constituírem-se como forma alternativa à prestação de serviços governamentais centralizada (Dowding e Feiock, 2012) ou para fazer face a inúmeras políticas públicas que, na realidade, tornam cada vez mais pequenos os municípios de menor dimensão (Wiberg e Limani, 2015). Em qualquer dos casos, os atores acionam este processo social para atingir uma mudança desejada. Como afirma Feiock “If local actors pursue strategies based on their short-term interests, then the collective action problem dictates that the outcomes of individual decisions will be collectively inefficient in the absence of mechanisms to integrate decisions across policies and/or jurisdictions” (Feiock, 2013, p. 398).

Para além de haver a constatação de diversas necessidades que mobilizam a ação dos atores, estes tomam consciência das suas capacidades e de que, efetivamente, podem constituir-se como elemento da mudança. No entanto, as relações de cooperação entre os atores têm presente a análise que estes fazem relativamente aos benefícios (e também os custos) que advém dessas relações e do exame que é feito ao fenómeno caso as mesmas não sejam constituídas.

No âmbito da cooperação intermunicipal, utilizando a definição de Giacomini (2017), este processo acontece quando vários municípios, para obter benefícios mútuos, decidem trabalhar juntos em algumas das suas atribuições. O que significa a existência de uma relação de colaboração estável entre dois ou vários governos locais, dotados de competências e recursos. Para Teles (2016) significa “operar em conjunto” ou “trabalhar

juntos”, “organising the collaborative arrangement that goes beyond organizational borders in order to achieve specific result” (Teles, 2016, p. 10). O mesmo autor refere que a cooperação pode traduzir ações associadas à partilha de informações ou, na sua forma mais integrada, ações políticas comuns.

Estamos, então, perante o conceito de capital social, no sentido de promover as interconexões em territórios concretos. Carmo (2014) fala na noção de *embeddedness* (“incrustação”) como aquela que melhor define a necessidade de articulação entre diversas organizações para o desenvolvimento dos territórios. De acordo com este autor, o princípio da cooperação deve orientar as políticas públicas de desenvolvimento, para uma ação política diferenciadora, tendo em conta as especificidades de cada território, “capaz de promover potenciais ligações locais e sociais (capital social)” (Carmo, 2014, p. 82). Conforme referido em alguns estudos sobre cooperação (Wiberg e Limani, 2015) para o sucesso da cooperação importa estar atentos à proximidade, não apenas a proximidade geográfica, mas também a proximidade cognitiva (referências conceptuais), organizacional, social e institucional.

Importa salientar que nenhum município é autossuficiente, independentemente do seu tamanho ou dos recursos, e que a cooperação intermunicipal pode ser uma solução tanto para municípios pequenos como para grandes municípios (dimensão, população, riqueza ou outros indicadores. Embora saibamos que esta distinção dicotómica entre *pequenos* e *grandes* municípios apenas nos ajuda em termos teóricos, a realidade é mais complexa e mais rica). Cada uma das realidades possui especificidades próprias que as relações de cooperação também incorporam, não se configurando um quadro dicotómico e determinista sobre a natureza deste fenómeno. As relações de cooperação são promovidas por um conjunto de atores em determinados contextos temporais, em ambientes internos e externos, tendo problemas de natureza muito diversa e, assim, as relações de cooperação também incorporam, em si, as características específicas de toda esta teia. Como mencionado por Teles e Kettunen (2016), uma das descobertas mais óbvias da pesquisa sobre cooperação intermunicipal é a sua complexidade e diversidade. (Teles, 2016; Teles e Kettunen, 2016).

Podemos elucidar esta afirmação (diversidade e complexidade) com recurso a dois exemplos de investigações realizadas e cuja temática é a cooperação intermunicipal. Propositadamente, foram escolhidas investigações realizadas no mesmo

país, a Suécia. Wiberg e Limani (2015) estudaram três municípios do norte da Suécia (Skellefteå; Norsjö e Malå). Estes autores referem que os municípios, especialmente os mais pequenos, que também enfrentam o despovoamento e o envelhecimento da população, são cada vez mais desafiados a encontrar estratégias de renovação e planos de ação para garantir as obrigações municipais a custo razoável *per capita* e com pessoal competente. A cooperação entre municípios vizinhos tornou-se uma estratégia muito comum neste país, embora existam diferenças entre os quadros organizacionais.

Relativamente a territórios com densidades diversas dos apresentados no estudo anterior (Wiberg e Limani, 2015), Einhaus e Fuchs (2017) estudaram as relações entre os municípios de Växjö, Kalmar e Borlänge (Suécia) e entidades privadas. De acordo com estes autores as abordagens cooperativas podem ser consideradas uma solução relevante para enfrentar realidades como o aumento dos problemas das áreas urbanas, o congestionamento, a poluição, o ruído e os acidentes de trânsito (Einhaus e Fuchs, 2017).

As abordagens institucionais, bem como a teoria das redes, advogam que os arranjos institucionais de cooperação são dimensões cruciais do sucesso, principalmente se a satisfação dos atores participantes for assegurada (Teles e Kettunen, 2016, p. 141).

A análise das relações de cooperação pode ser realizada através de diversas perspetivas: os incentivos, os resultados, as motivações, a democracia, estudos prospetivos sobre relações entre municípios, entre outras. De acordo com Teles e Kettunen (2016) os estudos sobre a temática dividem-se em três grandes grupos: os incentivos da cooperação, a eficiência da cooperação e a democracia da cooperação.

Diversos estudos (Dasí, 2009; Feiock, 2013; Oliveira & Breda-Vasquez, 2016; Teles, 2016) demonstram que a cooperação não é um processo espontâneo, sendo muitas vezes influenciado por medidas de regulação emanadas do poder central ou por entidades supranacionais, como por exemplo, a União Europeia. Este processo exige que os atores estejam alinhados com objetivos e que os recursos que cada um incorpora nos respetivos acordos estejam em consonância com os retornos desses processos.

Mas, tal como já referimos, os arranjos de cooperação têm natureza diversa – voluntária ou imposta - a cooperação entre os atores também é desenvolvida em múltiplos quadros: existem autores que falam em cooperação fragmentada e consolidada (Teles, 2016) outros em cooperação vertical e horizontal (Hulst, Montfort, Haveri,

Airaksinen, & Kelly, 2009) tendo presente a diversidade de atores em presença. Quanto às formas de cooperação, Teles (2016) fala em quatro tipos de cooperação: cooperação suave institucionalizada; cooperação institucionalizada; cooperação suave não institucionalizada; cooperação difícil não institucionalizada (Teles, 2016, p. 19); a designação de cooperação suave e de cooperação dura também é utilizada por Giacomini (2017); Dowding & Feiock, (2012, pp. 38-39) avançam com três tipos de estrutura: relações de cooperação com autoridade centralizada, acordos mutuamente vinculativos e a integração em rede. Tendo em conta as tarefas, os contextos, os níveis institucionais, os poderes e acordos de cooperação da intermunicipal, Hulst & Monfort (2007) identificam quatro tipos básicos de cooperação intermunicipal: Governos quase regionais (Quasi-regional governments), Foruns de Planeamento (Planning forums), Organizações de prestação de serviços (Service delivery organizations) e entrega de serviços (Service delivery agreements) mas outras tipologias poderiam ser enumeradas (cf. Wiberg & Limani, 2015).

Os estudos sobre cooperação também se ocupam do âmbito de aplicação, ou seja, o conjunto de tarefas que são incluídas nos acordos de cooperação. A este respeito, (Hulst, Montfort, Haveri, Airaksinen, & Kelly, 2009) referem duas categorias: fins específicos (single-purpose) ou fins múltiplos (multi-purpose).

Como podemos constatar a diversidade de experiências que encontramos e a complexidade do fenómeno da cooperação intermunicipal leva-nos a afirmar a sua importância na atualidade e também a necessidade de aprofundar a investigação de modo a disponibilizar mais informação teórica e empírica sobre a temática.

2. A Análise de Redes Sociais

O enquadramento conceptual aqui realizado demonstrou que a cooperação intermunicipal é hoje um fenómeno disseminado pelas diversas geografias e com uma importância crescente na relação entre entidades municipais.

A análise sobre os territórios incorpora, cada vez mais, a análise sobre as redes de relações que se estabelecem entre os atores que constituem, acionam e transformam o espaço físico onde estão inseridos. Assim, hoje, é bastante comum o interesse pelo tema das redes nos mais diferentes contextos - organizacionais, políticos, culturais, entre

outros, o qual pode ser observado na forma como o conceito entrou no léxico de inúmeros domínios e também no aumento do número de iniciativas que se encontram ligadas ao fenómeno das redes (Portugal, 2007; Cortes, 2014; Fialho, 2015).

Os modelos de desenvolvimento que têm vindo a ser colocados em prática também foram um importante factor de desenvolvimento do conceito de rede, em que os territórios são desafiados a desenvolver os seus próprios recursos, mas também os recursos exógenos, havendo a necessidade de conjugar os pressupostos de diferentes modelos de desenvolvimento (Alves, 2009). Salientamos, ainda, o facto de a nível científico ter crescido o interesse pela análise de redes sociais devido ao seu carácter multidisciplinar e à possibilidade de aplicação em áreas muito distintas. Este crescimento foi também acompanhado pelo desenvolvimento de técnicas de análise e pelo aumento do número de publicações sobre esta matéria, o que lhe conferiu visibilidade e tem vindo a desmistificar a complexidade matemática e os conceitos utilizados.

No seio da sociologia, o conceito de rede não é recente. Este conceito aparece na análise etnográfica de Claude Lévi-Strauss, nos anos 40. Na década de 50, John Barnes (Escola de Manchester) foi o primeiro investigador a utilizar o conceito de rede social (Portugal, 2007; Silva, Fialho, & Saragoça, 2013). Na década de 70, com Ronald Burt (Universidade de Chicago), a análise de redes passa também a ocupar-se da análise de situações macroestruturais. Neste período, Granovetter qualifica a qualidade dos laços sociais em laços fortes e laços fracos. A existência de laços fortes indicia uma relação que pressupõe tempo, esforço, confiança e reciprocidade (Silva, Fialho, e Saragoça, 2013): “La idea básica es que las personas tienen a su alrededor un núcleo fuerte de lazos que le proporcionan la información, los recursos y el soporte emocional que necesitan” (Molina, 2004, p. 40). Relativamente aos laços fracos, trata-se de uma relação de carácter pontual e em que os níveis de confiança e de reciprocidade são reduzidos, sendo a relação mais débil e especializada.

A análise das redes sociais debruça-se sobre as relações entre vários elementos – pessoas, grupos, organizações – e em cada tipo de relação pode constituir-se uma rede diferente, com diversos tipos e intensidades (Silva, Fialho, e Saragoça, 2013).

A essência da análise de redes sociais focaliza-se na estrutura. Os atributos pessoais não são a sua essência. Quando a análise se baseia nos atributos, sustenta-se

nas relações entre variáveis e não nas relações entre os atores, contrariamente ao que acontece quando a análise assenta na estrutura das relações (Silva, Fialho, e Saragoça, 2013b).

Neste sentido, Sílvia Portugal esclarece que “a análise das redes sociais fornece uma explicação do comportamento social baseada em modelos de interação entre os atores sociais em vez de estudar os efeitos independentes de atributos individuais ou relações duais” (Portugal, 2007, p. 7). Uma rede social descreve um conjunto de vínculos que unem um grupo de atores, em que cada vínculo é composto por uma ou mais relações (Santos, 1996).

De acordo com a definição de rede apresentada por Molina (2004) uma rede é um conjunto de relações (linhas, vínculos e laços) entre uma série definida de elementos (nó ou ator). A rede é composta por três elementos básicos: nós ou atores, vínculos ou relações e fluxos.

Os nós ou atores podem ser definidos como pessoas ou grupos de pessoas que se juntam para concretizar um objetivo comum. Os vínculos ou relações são os laços que unem dois ou mais atores e os fluxos indicam a direção em que se operam as relações. (Alejandro e Norman, 2005). Podemos estar perante fluxos unidirecionais ou bidirecionais. Existem também atores (nós) que não possuem qualquer tipo de vínculo na rede, designados de nós soltos.

Assim, as relações de cooperação intermunicipal podem ser estudadas com a metodologia da análise de redes sociais. De facto, tal como verificámos anteriormente (cf. ponto 1 deste artigo), os atores, apesar de manterem relações de interdependência são relativamente livres e autónomos (Friedberg, 1993) e, como explicitado por Guerra (2006), “o jogo estratégico de atores decorre assim de uma complexa dinâmica de acções de organizações onde as relações de força e os conflitos de interesses guiam os comportamentos”. Além disso, importa salientar que as instituições resultam do cálculo sobre o rendimento dos interesses dos atores (Santos, 2008)

A análise das relações de cooperação entre municípios tem presente as palavras de Santos (2008) sobre a análise de redes e políticas públicas “las instituciones en las que surgen las políticas públicas pueden concebirse como redes más o menos densas de atores en las que funciona un consenso de normas y unos procedimientos que gobiernan” (Santos, 2008, p. 49) e onde o processo político também se encontra

influenciado pela organização institucional. Por outro lado, as redes sociais apresentam-se como redes de comunicação e interação, que têm por base os limites culturais e as relações de poder num determinado contexto (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013).

As redes apresentam-se como uma ferramenta para o conhecimento das interações estabelecidas entre os municípios e são importantes para a sua representação.

No âmbito da sociologia, as relações que se estabelecem entre os membros de um grupo permitem analisar a dinâmica que se opera nesse grupo. Existem diversos indicadores que permitem identificar algumas propriedades do grupo ou até mesmo caracterizar a influência que cada indivíduo ocupa no grupo (Fialho, 2015).

A centralidade é utilizada por diversos autores no sentido de desenvolver métodos que permitam “especificar e comparar a posição mais ou menos central dos vértices num grafo não orientado” (Lemieux e Ouimet, 2008, p. 26). As medidas de centralidade mais utilizadas, apesar de existirem outras, são: a densidade (density), o grau de centralidade (centrality degree), o índice de centralização da rede (centralization degree), o grau de intermediação (betweenness) e o grau de proximidade (closeness).

Na descrição destas medidas recorreremos às exposições de Lemieux e Ouimet (2008) bem como a Silva, Fialho, e Saragoça (2013b).

A densidade é uma das medidas mais utilizadas na ARS. Trata-se de uma medida que capta a força das relações num grupo ou organização. As redes mais densas são constituídas por um maior número de ligações e coesão, logo, existe maior oportunidade para a partilha de informações e de responsabilidades por parte dos atores.

Quanto ao grau de centralidade, este reflete a atividade relacional direta dos atores, sendo a posição mais central aquela que é ocupada por um ator que possui o maior número de conexões diretas com outros atores. Esta é uma medida importante, mas importa que esta medida seja reforçada com outras, de modo a que se perceba o porquê desta centralidade.

O índice de centralização da rede é um indicador do espaço onde acontecem as interações. Este índice revela-se importante para perceber o posicionamento de cada ator na rede.

O grau de intermediação mede a importância da posição de intermediária ocupada pelos atores, ou seja, a influência que um ator ocupa no processo de

comunicação da rede em análise. Estes atores (nós) também são conhecidos por «atores de ponte».

No que se refere ao grau de proximidade, tal como indica a terminologia, baseia-se na distância geodésica, no comprimento do caminho mais curto que liga dois atores. Este cálculo só se aplica a matrizes simétricas (matrizes que apresentam relações entre os atores de forma bidirecional).

O artigo pretende realizar uma aplicação desta metodologia à relação entre os municípios que integram o Alto Alentejo, para que possamos verificar as relações que se estabelecem entre estas entidades municipais e a sua dinâmica.

3. A investigação em curso – apresentação de dados (preliminares)

Num estudo em curso sobre relações de cooperação entre municípios do Alto Alentejo optou-se por recorrer à Análise de Redes Sociais (ARS) de modo a que fosse possível ter uma visão integrada e coerente do sistema onde se movem os atores (Santos, 2008).

Os dados aqui apresentados são resultado da análise documental e do inquérito por questionário aplicado. Estes instrumentos permitiram caracterizar a rede relacional, ou seja, compreender a estrutura da rede de cooperação intermunicipal e o quadro no qual se desenvolvem as relações entre municípios (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013).

Na medida em que alguns dos municípios contactados ainda não responderam ao inquérito, os dados que aqui apresentamos são preliminares.

3.1 Breve caracterização do território em estudo

O Alto Alentejo é uma sub-região (NUT III) integrada na região Alentejo (NUT II). Sendo, no seio da região, o território com menor expressão populacional (excetuando o Alentejo Litoral que é composto por 5 municípios), apresentando um efetivo populacional de 118506 indivíduos. O peso da população residente do Alentejo e do Alto Alentejo, no total do Continente, reduziu-se ao longo da década passada. A população do Alto Alentejo tem um peso de apenas 1,1% na população total do Continente e 15.6% da população do Alentejo.

O território em estudo é constituído por 15 municípios, com uma dimensão populacional que, segundo os Censos 2011, oscila entre 24.930 (Portalegre) e 3.165 pessoas (Arronches). O Alto Alentejo possui três cidades, todas elas de pequena dimensão demográfica. Os últimos dados censitários revelam que a densidade populacional do território desceu de forma mais acentuada do que nas restantes sub-regiões do Alentejo. Relativamente a cada um dos municípios que integram o Alto Alentejo, à exceção de Campo Maior todos perderam população na última década.

O tecido económico da NUT III revela as características da estrutura demográfica, “o Alto Alentejo enfrenta hoje os efeitos do declínio económico e da acentuada erosão do seu potencial demográfico ao longo das últimas décadas” (CIMAA, 2015, p. 3). De acordo com análises realizadas no território (CIMAA, 2014; CIMAA, 2015) a reduzida capacidade de atração de investimento e a capacidade de resistência do tecido empresarial à crise económica poderão explicar o decréscimo do peso do PIB na economia regional. A débil competitividade da economia teve reflexos no mercado de emprego. Sendo que o mercado de emprego do Alto Alentejo é muito centrado nas Autarquias Locais e nos serviços públicos, funcionando estas estruturas administrativas como “tampão” ao decréscimo populacional, especialmente de população com maiores habilitações escolares.

Ao longo dos últimos anos, os diferentes concelhos foram confrontados com o encerramento de um conjunto de serviços públicos, escolas, extensões de saúde, maternidade, tribunais, cursos de ensino superior, entre outros. Tal como referido por Carmo (2014), o encerramento de serviços pode ter impacto nas contas públicas, mas também poderá comprometer o desenvolvimento destes territórios.

Atendendo ao papel das organizações públicas neste território, a tentativa de compreender a rede de relações entre atores municipais afigura-se como pertinente para a estratégia futura.

3.2 Recolha de dados e análise de redes sociais

3.2.1 Recolha e Análise de documentos com recurso a ARS

O seu recurso à análise documental ficou a dever-se à necessidade de fazermos uma aproximação à realidade em estudo. Os dados recolhidos em 11 dos 15 municípios do Alto Alentejo, permitiram o levantamento dos documentos (protocolos, acordos,

parcerias, entre outras terminologias identificadas, cf. Balão e Saragoça, 2017) que manifestavam a existência de relações de cooperação entre os municípios.

No decurso deste trabalho, foram recolhidos 562 documentos. A análise da informação conduziu-nos à necessidade de não serem considerados alguns documentos para o *corpus* final, constituído por 316 documentos.

Os dados permitiram-nos realizar uma matriz binária, com informações sobre as ligações diretas entre os atores. Note-se que os documentos não nos forneceram informação precisa sobre a direção da ligação/relação, pelo que se considerou estarmos perante uma relação não orientada, conforme definida por Lemieux & Ouimet (2008).

Com recurso a essa matriz binária, verificámos que todos os municípios do Alto Alentejo, sem exceção, se relacionam entre si através de formas de cooperação. Interessou-nos realizar uma matriz em que fosse possível verificar a frequência das ligações entre os municípios, tendo-se construído uma matriz ponderada (Quadro nº 1), relativa ao período entre 1990 e 2015.

Quadro 1 - Matriz da Rede de Atores entre 1990 e 2015 (Alto Alentejo)

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15
A1	0	62	82	61	66	55	59	63	73	65	60	61	59	63	80
A2	62	0	62	75	64	55	72	56	61	67	64	54	51	61	64
A3	82	62	0	67	71	56	59	66	67	65	64	62	58	58	84
A4	61	75	67	0	65	51	88	51	58	61	66	53	52	60	67
A5	66	64	71	65	0	54	60	57	63	83	56	63	54	80	67
A6	55	55	56	51	54	0	49	49	53	56	50	52	48	49	52
A7	59	72	59	88	60	49	0	49	56	58	63	54	50	55	62
A8	63	56	66	51	57	49	49	0	56	57	56	52	51	54	64
A9	73	61	67	58	63	53	56	56	0	63	55	59	54	56	67
A10	65	67	65	62	83	56	58	57	63	0	53	58	52	77	64
A11	60	64	64	66	56	50	63	56	55	53	0	52	45	50	61
A12	61	54	62	53	63	52	54	52	59	58	52	0	51	57	55
A13	59	51	58	52	54	48	50	51	54	52	45	51	0	50	59
A14	63	61	58	60	80	49	55	54	56	77	50	57	50	0	55
A15	80	64	84	67	67	52	62	64	67	64	61	55	59	55	0

Fonte: Elaboração própria, com base nos documentos recolhidos nos municípios

O quadro n.º 1 mostra que existem relações entre todos os municípios mas a frequência com que se operam essas relações é substancialmente distinta. Deste modo, foi construída uma escala - Fraco, Médio e Forte - das relações existentes entre os municípios, com base na informação dos documentos analisados, em que *Fraco* significa uma frequência de relações entre 45 e 59 relações, *Médio* o número de relações situado entre 60 e 74 e *Forte* significa a existência de 75 ou mais relações.

Quadro 2 - Rede de Relações entre os municípios do AA, com base numa escala

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15
A1	0	1	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	3
A2	1	0	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2
A3	3	1	0	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	3
A4	1	2	2	0	2	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2
A5	2	2	2	2	0	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2
A6	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A7	1	2	1	3	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1
A8	2	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2
A9	2	1	2	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1	2
A10	2	2	2	1	3	1	1	1	2	0	1	1	1	3	2
A11	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1
A12	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
A13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
A14	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	0	1
A15	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	0

Fonte: Elaboração própria, com base na matriz de frequência de relações (quadro n.º 1)

É possível verificar-se que a maioria das relações entre pares de atores está integrada na categoria de *Fraco*, ou seja, os dois atores tiveram até ligações entre os anos de 1990 e 2015, tendo presente os documentos que materializam relações de cooperação disponibilizados para a presente investigação.

3.2.2 Recolha e Análise de inquérito por questionário com recurso a ARS (dados preliminares)

A investigação recorreu também à técnica de recolha de dados de inquérito por questionário, que nos permite recolher, em simultâneo, dados relacionais e dados relativos aos atributos dos atores.

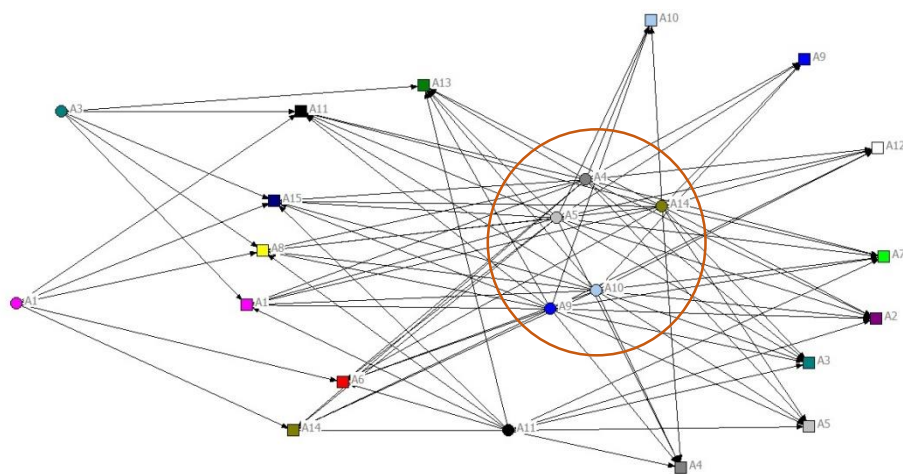
A análise que aqui se apresenta é relativa à questão n.º 7 do questionário, que foi formulada da seguinte forma: «Relativamente às relações com outros Municípios, no atual mandato autárquico, indique a frequência com que o seu Município manteve relações formais (p. exemplo: protocolos) de cooperação intermunicipal». Na questão solicitou-se que os municípios graduassem a intensidade dessas relações, considerando a seguinte escala: 0 - Nunca; 1- Raramente; 2 -Algumas Vezes; 3 – Frequentemente e 4 - Muito Frequentemente.

Os dados aqui analisados são relativos às respostas empreendidas por 8 municípios (tantos quantos os que responderam até 30 de maio de 2017).

A matriz binária relativa às ligações existentes entre atores deu origem ao grafo que se apresenta, através do qual verificamos que existem 5 atores que ocupam uma posição privilegiada – A4, A5, A9, A10 e A14. Neste grupo de municípios, três deles têm proximidade geográfica (fronteiras comuns), o que nos faz retomar as considerações de Wiberg e Limani (2015) acerca da cooperação entre três municípios suecos - para estes, uma das dimensões de proximidade que fortalece os pré-requisitos para uma colaboração bem sucedida é a proximidade geográfica.

Um dos indicadores que nos permite conhecer a estrutura da rede é a densidade, a matriz binária revela-nos que a força das relações no grupo é de 81.3%. Deste modo, apesar deste indicador necessitar de outros que nos ajudem a entender a força das ligações, percebe-se um elevado grau de relacionamentos entre os atores da rede (atendendo ao número de relações existentes e ao número de relações possíveis).

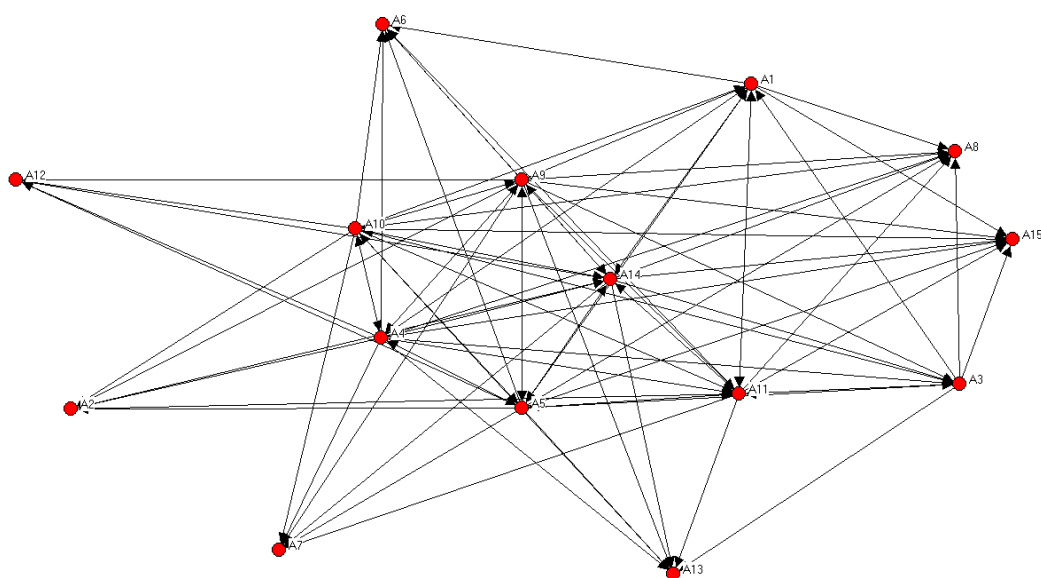
Gráfico nº 1 - Relações formais entre Municípios do Alto Alentejo (Portugal) – Respostas dos Municípios (2013/2017)



Fonte: Inquérito por questionário aplicado aos municípios

No que se refere à intensidade das relações, podemos verificar a seguinte situação:

Gráfico nº 2 - Intensidade das relações entre Municípios do Alto Alentejo (Portugal) – Respostas dos Municípios 2013-2017



Fonte: Inquérito por questionário aplicado aos municípios

No âmbito da matriz ponderada, analisou-se o grau de centralidade, ou seja, o número de atores aos quais um ator está diretamente ligado.

Assim, tendo presente os dados do output do grau de centralidade, verifica-se o grau de centralidade dos municípios sendo que os municípios A4, A9, A10, A14 e A5 têm um posicionamento de destaque relativamente ao grau de saída (OutDegree).

As estatísticas descritivas revelaram que a centralização de saída (fluxos emitidos) da rede é de 60.7% e a centralização de entrada 14.8%. Assim, mais de metade das relações ocorre no centro da rede.

Estes dados revelam que no centro da rede se encontram municípios de maior e menor dimensão e de diversos quadrantes políticos. No entanto, estes são dados são relativos a cerca de metade dos municípios que compõem o Alto Alentejo, sendo, por isso, necessário promover uma recolha mais significativa de dados.

Conclusão

A Análise de Redes Sociais é uma metodologia que tem vindo a afirmar-se em diversos campos de análise, nomeadamente no seio da sociologia.

Os dados apresentados são um primeiro contributo para o conhecimento da rede de cooperação entre os municípios do Alto Alentejo.

Pretende-se que a análise empreendida possa para perspetivar e prospetivar as dinâmicas futuras deste sistema de cooperação.

Em síntese, podemos referir que diversos municípios assumem posições de centralidade na rede e esses municípios possuem atributos diferentes entre si, como a dimensão, o efetivo populacional e o partido político a que estão ligados. Desta forma, parece verificar-se a situação descrita em outros estudos realizados (Cf. Hulst & van Montfort, 2007; Teles, 2016) - que a cooperação apresenta características de diversidade e de complexidade, justificando-se maior aprofundamento com investigação científica.

Bibliografia

- Alejandro, V. Á., & Norman, A. (2005). *Manual Introdutório à análise de redes sociais*. Obtido em 21 de janeiro de 2014, de Unicentro: http://www2.unicentro.br/lmqqa/files/2016/05/Manualintrodutorio_ex_ucinet.pdf
- Alves, J. E. (2009). *Pode o "local" fazer a diferença? Três projetos inovadores na promoção do emprego e no combate à exclusão*. Obtido em 30 de Agosto de 2016, de Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal: <http://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/2122>
- Alves, J. E. (2012). *Da metáfora da rede aos parceiros em rede: uma leitura sobre o que mudou no combate no combate à pobreza e à exclusão social na sequência da implementação do programa Rede Social em Portugal*. Obtido em 30 de Agosto de 2016, de www.aps.pt: http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0011_ed.pdf
- Balão, A. (2014). *Cooperação Intermunicipal: um campo para a análise sociológica*. Obtido em 20 de Março de 2015, de Sociologia on line, Revista da Associação Portuguesa de Sociologia: http://revista.aps.pt/cms/files/artigos_pdf/ART54f99f073cfa5.pdf
- Balão, A., & Saragoça, J. (2017). *Cooperação Intermunicipal no Alto Alentejo: «a realidade construída» pelos protocolos de colaboração*. Obtido em 03 de junho de 2017, de Associação Portuguesa de Sociologia - IX Congresso Português de Sociologia: http://www.aps.pt/ix_congresso/actas
- Baltazar, M. S., & Rego, C. (2001). *Globalização e Desenvolvimento*. . Casal de Cambra: Caleidoscópico.
- Bianchi, F., & Russo, C. (2014). Inter-municipal co-operation: The managerial perspective of local authorities. *Disponível em* <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa14/e140826aFinal01072.pdf>.
- Cadaval, M., & Caramés, L. (2006). Una aproximación a los modelos de intermunicipalidad. *Urban public economics review*, (nº 6), pp. 33-67., pp. 33-67.
- Carmo, R. M. (2014). *Sociologia dos territórios. Teorias, estruturas e deambulações*. Lisboa: Editora Mundos Sociais.
- CIMAA. (2014). *Estratégia de Desenvolvimento Territorial e Plano de Ação Alto Alentejo 2020*. Portalegre: CIMAA.
- CIMAA. (2015). *Pacto para o Desenvolvimento e Coesão Territorial do Alto Alentejo*. Portalegre.
- Correia, F. A. (1986). *Formas Jurídicas de Cooperação Intermunicipal*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Cortes, J. A. (2014). *Redes de Política Pública, “La nueva prospectiva para la aplicabilidad y práctica de la función pública”*. Obtido em 02 de janeiro de 2015, de SlidDoc: <https://slidedoc.es/redes-de-politica-publica-la-nueva-prospectiva-para-la-aplicabilidad-y-practica-de-la-funcion-publica-pdf>
- Cortes, J. A. (2014). *Redes de Política Pública, “La nueva prospectiva para la aplicabilidad y práctica de la función pública”*. Santiago de Cali.

- Dasí, J. F. (2009). Cooperación para la cohesión territorial: Una interpretación multinivel desde el SO. In Bosque, & Rodríguez, *La perspectiva geográfica ante los retos de la sociedad y el medio ambiente en el contexto ibérico* (pp. 117-148). Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá de Henares.
- Douillet, A.-C., & Lefebvre, R. (2017). *Sociologie politique du pouvoir local*. Armand Colin.
- Dowding, K., & Feiock, R. (2012). Intralocal competition and cooperation. In P. John, K. Mossberger, & S. E. Clarke, *The Oxford Handbook of Urban Politics* (pp. 29-50). New York: Oxford University Press.
- Dušek, J. (2017). *Evaluation of development cooperation in South Bohemian municipalities in the years 2007-2014*. Obtido em 22 de julho de 2017, de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/318424792_Evaluation_of_Development_of_Cooperation_in_South_Bohemian_Municipalities_in_the_Years_2007-2014
- Einhaus, P., & Fuchs, B. (2017). *Barriers to Sustainable UCC-Cooperation and Coopetition in Municipality Goods. Distribution in Swedish Mid-Sized Cities. A Cross-Case Analysis*. Obtido em 26 de junho de 2017, de Linnaeus University: <http://nu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1112071&dswid=-4694#sthash.atlDemCx.GgyrXAPO.dpbs>
- Feiock, R. C. (2013). The Institutional Collective Action Framework. *The Policy Studies Journal*, Vol. 41, No. 3, pp. 397-425.
- Fialho, J. (2015). *Pressupostos para a construção de uma sociologia das redes sociais*. Obtido em 25 de junho de 2017, de Biblioteca Digital da Universidade do Porto: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/13338.pdf>
- Friedberg, E. (1993). *O Poder e a regra - Dinâmicas de ação organizada*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Giacomini, D. (2017). *Intermunicipal cooperation*. Obtido em 21 de julho de 2017, de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/318351545_Intermunicipal_cooperation
- Godet, M. (2000). *A Caixa de Ferramentas da Prospectiva Estratégica – Problemas e métodos*. Lisboa: Centro de Estudos de Prospectiva e Estratégia.
- Guerra, I. (2006). *Participação e ação colectiva – Interesses, conflitos e consensos*. Estoril: Principia.
- Guerra, I. (2010). *Fundamentos e processos de uma sociologia da ação - O planeamento em ciências sociais*. Cascais: Principia.
- Herrschel, T., & Newman, P. (2002). *Governance europe's city regions*. London and New York: Routledge - Taylor&Francis Group.
- Hulst, R., & Monfort, A. v. (2007). *Inter-municipal cooperation in Europe, Netherlands*, Springer. Netherlands: Springer.

- Hulst, R., Montfort, A. v., Haveri, A., Airaksinen, J., & Kelly, J. (2009). Institutional shifts in inter-municipal service delivery - An analysis of developments in eight Western European countries. *Public Organization Review, Volume 9 (nº 3)*, pp. 263-285.
- Lazega, E. (1998). *Réseaux sociaux et structures relationnelles*. Paris: Presses universitaires de France.
- Lemieux, V., & Ouimet, M. (2008). *Análise Estrutural das Redes Sociais*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Molina, J. L. (2004). *La ciencia de las redes*. Obtido em 29 de Maio de 2017, de Revista Redes: <http://revista-redes.rediris.es/recerca/jlm/ars/ciencia.pdf>
- Oliveira, C., & Breda-Vasquez, I. (2016). Políticas territoriais e coordenação intermunicipal em Portugal: os dilemas da ação coletiva. *Oliveira, C. & Breda-Vasquez, I. (2016). Políticas territoriais e coordenação intermunicipal em Portugal: os dilemas da ação coletiva Boletim Regional, urbano e ambiental, nº 14*, pp. 83-92.
- Pereira, P. T. (1997). A teoria da escolha pública (public choice): uma abordagem neoliberal? *Análise Social, Vol. XXXII, nº 441*, 419-442.
- Portugal, S. (2007). *Contributos para a discussão do conceito de rede na teoria sociológica*. Obtido em 8 de Novembro de 2013, de Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra: <https://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/271.pdf>
- Reynaud, J.-D. (2004). *Les règles du Jeu – L'action collective et la régulation sociale*. Paris: Armand Colin (3ème Edition).
- Santos, F. R. (1996). *Redes sociales e cuestionarios*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Santos, F. R. (2008). *Redes sociales e sociedad civil*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Silva, A. d. (2012). *Sociologia Geral I*. Évora: Universidade de Évora – Departamento de Sociologia.
- Silva, C. A., Fialho, J., & Saragoça, J. (2013). *Iniciação à análise de Redes Sociais - Casos práticos e procedimentos UCINET*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Silva, C., Fialho, J., & Saragoça, J. (2013b)). Análise de redes sociais e sociologia da ação. Pressupostos teórico-metodológicos. *Revista Angolana de Sociologia*, 91-106.
- Spicer, Z. (2015). Cooperation and capacity: inter-municipal agreements in Canada. *IMFG Papers on municipal finance and governance, nº 19. Munk School of Global Affairs*.
- Teles, F. (2016). *Local governance and inter-municipal cooperation*. Palgrave Macmillan.
- Teles, F., & Kettunen, P. (2016). *Why Municipal Cooperation Matters: Diversity and Research Agendas*. Obtido em 26 de Junho de 2017, de IGI Global: <https://www.igi-global.com/chapter/why-municipal-cooperation-matters/154523>

Tolkovanov, V. V. (2017). *IRChNUT*. Obtido em 27 de junho de 2017, de Chernihiv National University of Technology: <http://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/12767>

Veiga, L. G. (2007). *O Poder Local e a Europa*. Obtido em 13 de junho de 2016, de <http://repositorium.sdum.uminho.pt>:
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/12133/1/O%20Poder%20Local%20e%20a%20Europa>

Wiberg, U., & Limani, I. (2015). *Intermunicipal collaboration – a smart alternative for small municipalities?* Obtido em 26 de Maio de 2015, de Scandinavian Journal of Public Administration: <http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/sjpa/article/view/3120>

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

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

Resumen

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

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

Abstract

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

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

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

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

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

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

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

2. Objetivo de análisis:

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

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

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

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



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

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

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

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

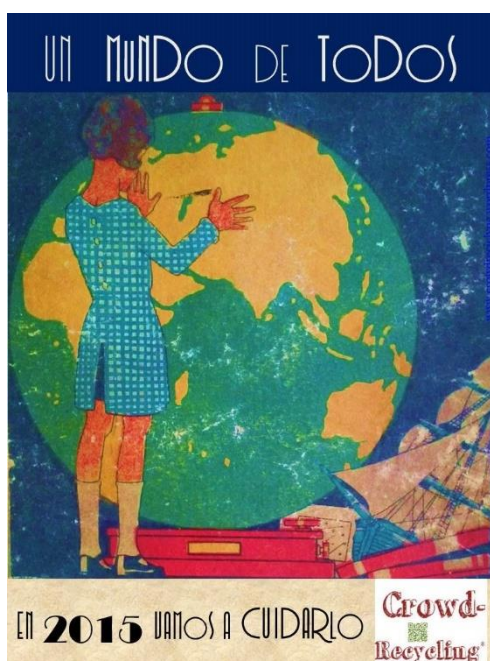


Imagen 2. Tarjeta de felicitación de navidad para internet *Crowd Recycling*® Realizada reutilizando una imagen de Calleja (con el permiso de los descendientes). Fuente: *Crowd Recycling*®.

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

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

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



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

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

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

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

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



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

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

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

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

2.3 Vías de difusión del proyecto: La red social virtual

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

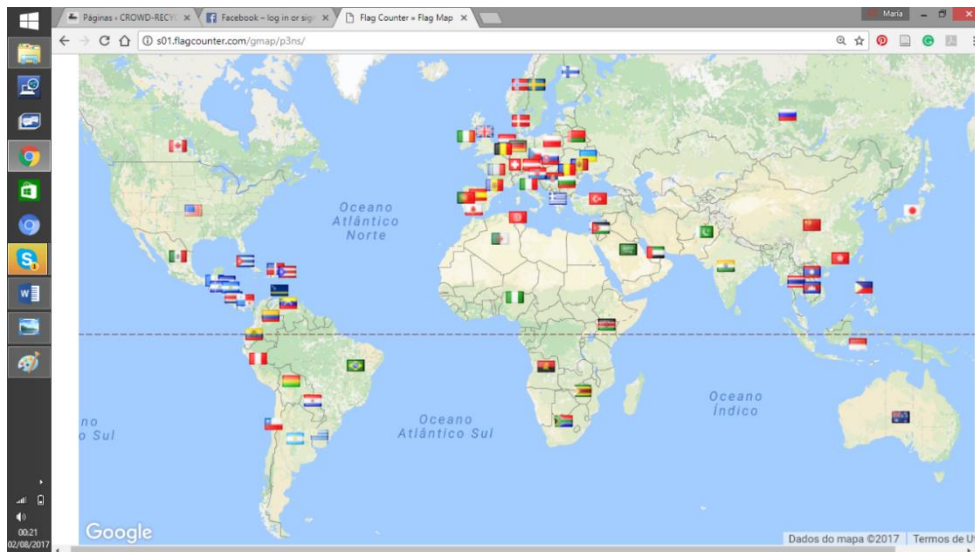


Figura 5. Registro “Flag Counter” de las visitas de Crowd Recycling® en el mundo.

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

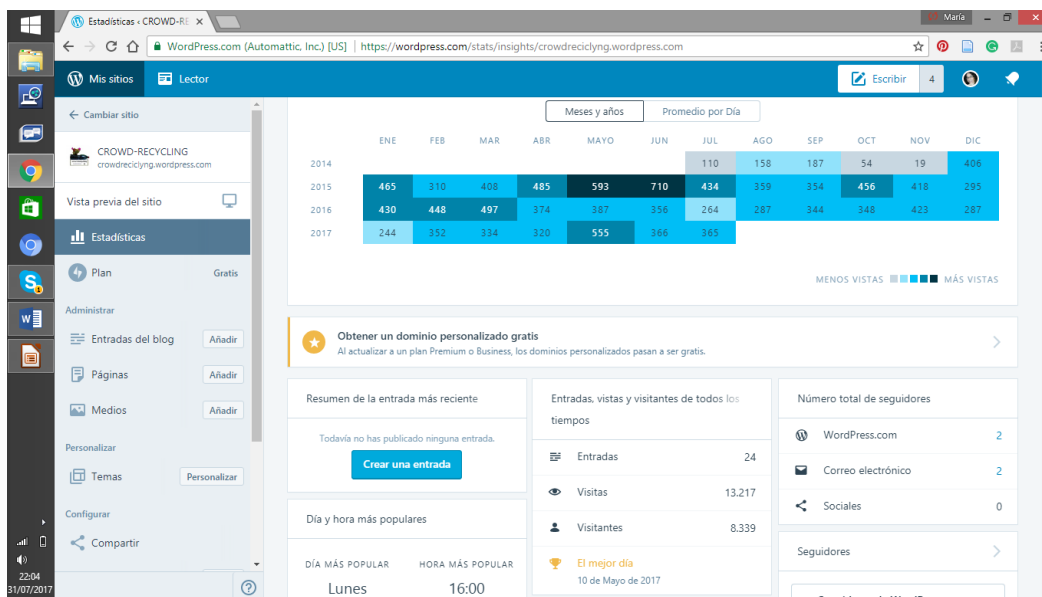


Figura 6. Estadística interna de la página wordpress, por meses y años, 2014-2017 (31-7-2017).

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



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

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

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

3 Elementos de análisis:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

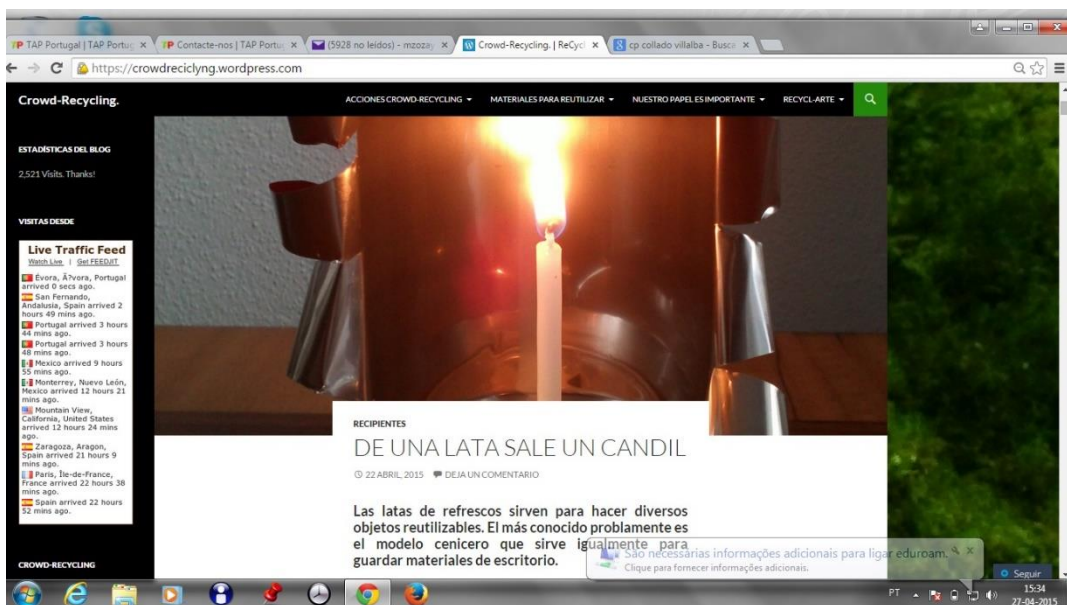


Figura 8. Muestra de procedencias de entradas (“live traffic feed”), que marcan la localidad de residencia (Évora), o la procedencia de diversos puntos de España en la web (27 abril 2015).

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

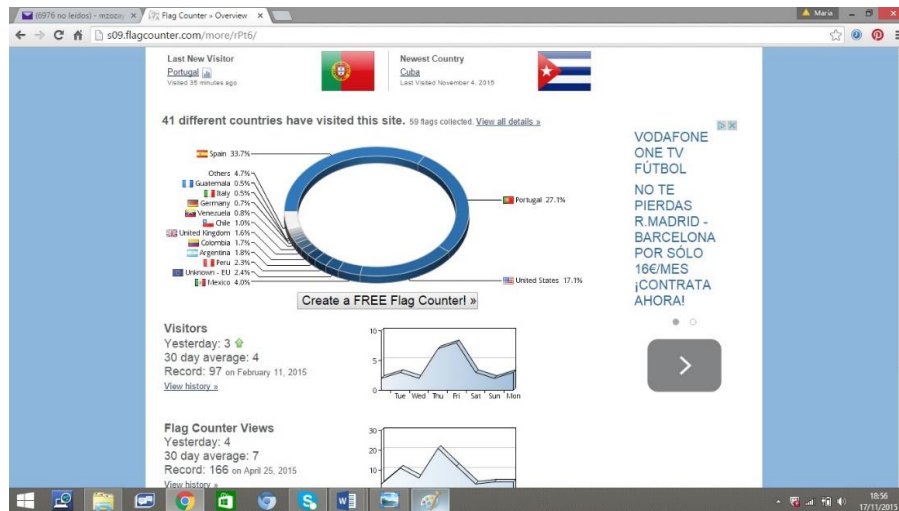


Figura 9. Pantalla de “Flag Counter” de Crowd-Recycling en una fase inicial (17 Nov. 2015).

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

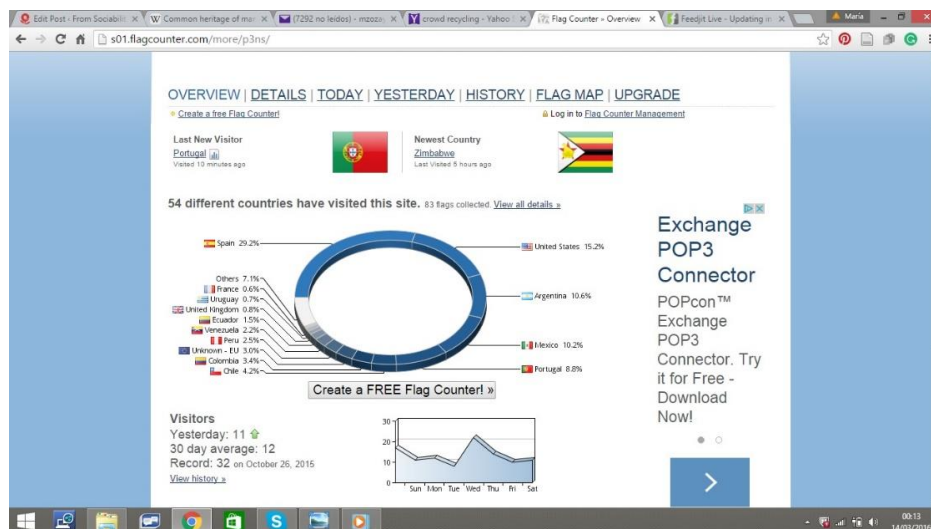


Figura 10. Foto de pantalla de “Flag Counter” de Crowd-Recycling en una segunda fase (14-III-2016).

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

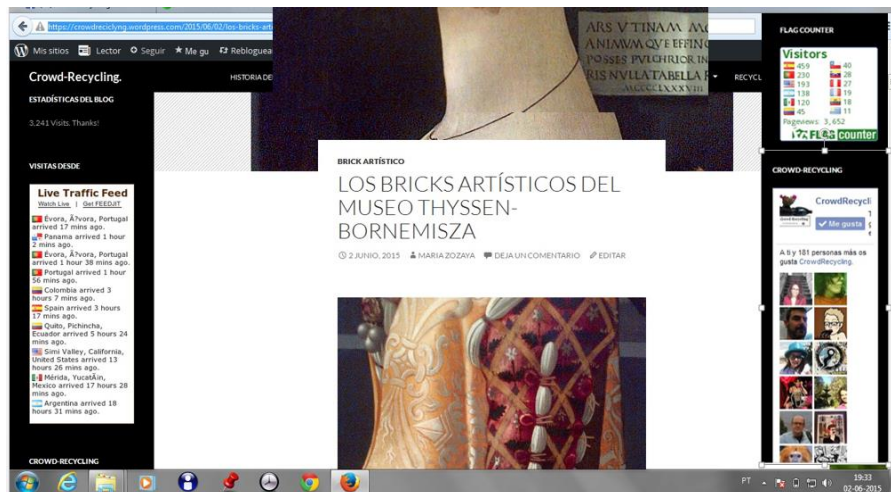


Figura 11. Pantalla de Crowd-Recycling tras realizar una acción con el Museo Thyssen Bornemisza.

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

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

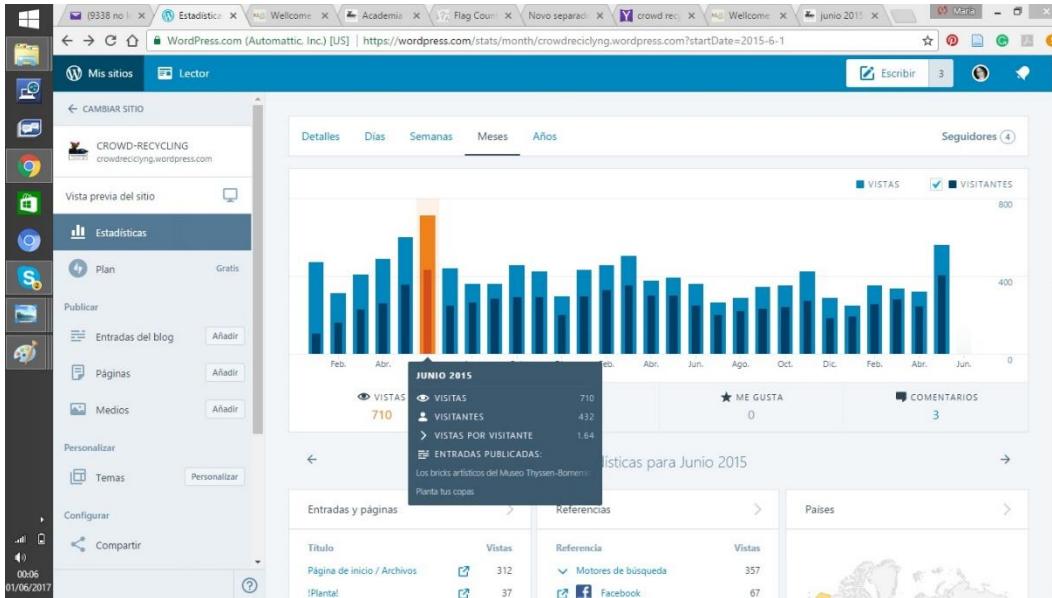


Figura 12. Estadísticas Wordpress de Crowd-Recycling tras la acción con el Thyssen Bornemysza.

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

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

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

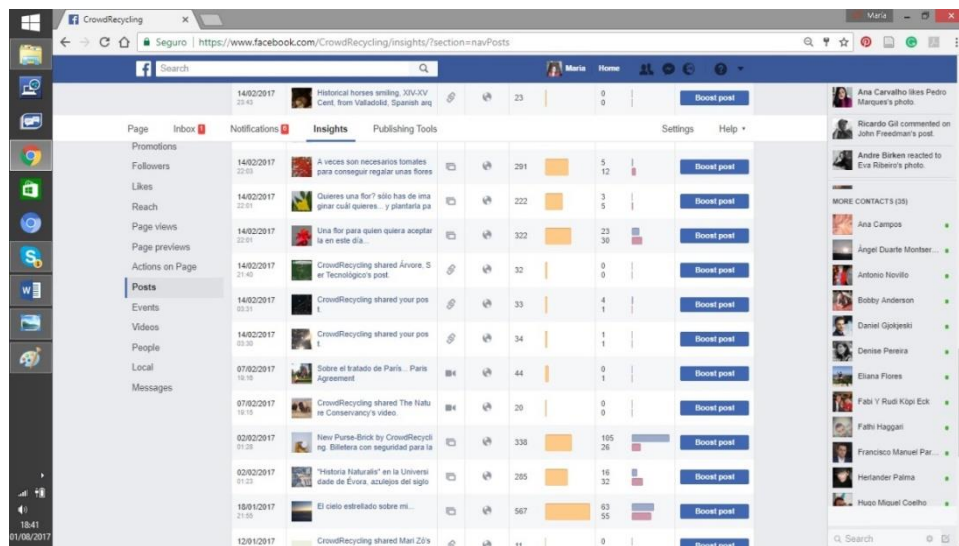


Figura 13. Estadísticas de los post, con visitas (Amarillo), “like” (azul), y compartidos (morado).

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

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

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

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- DIANI, M. y MCADAM, D. (eds.), *Social Movements and Networks*, New York, Oxford University Press, 2003.
- DOREIAN, P. y STOCKEMAN, F. N. (coords.), *Evolution of Social Networks*, Singapore, Gordon & Breach, 1999.
- DOUGLAS, M., *Pureza y peligro, un análisis de los conceptos de contaminación y tabú*, Madrid, siglo XXI, 1991.
- FARR, R. M. Y MOSCOVICI, S., *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, Cambridge, Polity Press, 2000.
- FOWLER, B. (Ed.) *Reading Bourdieu on Society and Culture*. Oxford, Blackwell, 2000.
- FRIEDKIN, N. E., *A Structural Theory of Social Influence*, Cambridge, University Press, Structural Analysis in the Social Sciences (nº 13), 1998.
- GIDDENS, A., *The Third Way. The renewal of social democracy*, Cambridge, Blackwell, 2008.
- GOODY, J., *Production and reproduction. A comparative Study of the Domestic Domain*, Cambridge, Cambridge University Press, Studies in Social Anthropology, 1994.
- GRANOVETTER, M. , «La fuerza de los lazos débiles, Revisión de la teoría reticular», en: F. Requena Santos, *Análisis de redes sociales*, Madrid, CIS, 2003, pp. 196-230.
- GRANOVETTER, M., «The strenght of weak ties», *American Journal of Sociology* 78, pp. 1360-1380, 1963.
- INE, Instituto nacional de Estadística, *Anuário Estadístico da Região do Alentejo*. Lisboa, Instituto Nacional de Estadística, 2013.
- JODELET, D. (dir.), *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1989.
- LIN, N. *Social capital: a theory of social structure and action*. Cambridge, Univ. Press, 2001.
- MAÍZ, R. «Estructura y acción: elementos para un modelo de análisis micropolítico del clientelismo», *Revista Internacional de Sociología* 8 y 9, (V/XII, 1994), pp. 189-215.
- MAÍZ, R. y REQUEJO, F., *Democracy, nationalism and multiculturalism*, London New York, Frank Cass, 2005.

- McFADDEN, M. H. *Golden cables of sympathy*. Kentucky, University Press, 1999.
- MCLUHAN, M. *The Guttenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. [1962] Canada: 150 Collection, 2017.
- MERCKLE, P. *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris, La Découverte, 2004.
- PARETO, W. *Treatise on general sociology*. New York, Dover, 1935.
- PINÇON, M.; PINÇON-CHARLOT, M. *Sociologie de la bourgeoisie*. Paris, La Découverte, 2000.
- PONTHIEUX, S. *Le capital social*. Paris, La Découverte, 2006.
- PUTNAM, R. D. «Bowling Alone. America's Social Declining of Social Capital», *Journal of democracy* 6 (1995), pp. 65-78.
- RANDERAAD, N. *Mediators Between State and Society*, Hilversum, Berloren, 1998.
- REQUENA SANTOS, F. «El concepto de red social», *Reis* 48, (1989), pp. 137-152.
- REQUENA SANTOS, F. «Redes de amistad, felicidad y familia», *REIS* 66, (1994), pp. 73-90.
- REQUENA SANTOS, F. «Redes sociales y mecanismos de acceso al mercado de trabajo» *Sociología del trabajo* 11 (1990-1991), pp. 117-140.
- REQUENA SANTOS, F. *Amigos y redes sociales. Elementos para una sociología de la amistad*. Madrid: S.XXI-CIS, 1994.
- REQUENA SANTOS, F. *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones*, Madrid, S.XXICIS 198, 2003.
- REQUENA, M. «La lógica del intercambio recíproco: una exploración de las condiciones sociales de la reciprocidad social», *Sistema* 96 (1990), pp. 81-101.
- RICHARDSON, J. G., *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York, Greenwood, 1985.
- RIESSMANN, D.; GLAZER, N.; DENNEY, R. *The lonely crowd*. New York, Doubleday, 1953.
- RONIGER, L.; EISENSTADT, S.N. *Patrons, clients and friends*. New York, Cambridge University Press, 1984.

SASSON, L.; CROSS, R. L. *Networks in the Knowledge Economy*. Oxford, Univ. Press, 2003.

WATTS, D. J. *Small worlds: the dynamics of networks between order and randomness*. Princeton, University Press, 1999.

WHITE, D., y HARARY, F., «The cohesiveness of Blocks in social networks: Connectivity and Conditional Density», en: M. Sobel y M. Becker (eds.), *Sociological Methodology* 31, Washington, American Sociological Association, 2001, pp. 305-360.

WOLF, E.; BANTON, M. (Eds.). *The social Antropology of complex societies*. Londres, Routledge, 1958.

ZOZAYA, M. *Del ocio al Negocio, redes y capital social*, Madrid, La Catarata, 2007.

CONTRIBUTOS DAS REDES SOCIAIS MUNICIPAIS PARA A PROMOÇÃO DE TERRITÓRIOS MAIS INCLUSIVOS: O CASO DE ÉVORA.

SANTOS, Marcos; Doutorado em Sociologia Rural e Urbana.
Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais CICS.NOVA.UÉvora | Interdisciplinary Centre of
Social Sciences – CICS.NOVA.UÉvora
mosantos@uevora.pt

BALTAZAR, Maria da Saudade; Doutorada em Sociologia.
Departamento de Sociologia, Escola de Ciências Sociais. Centro Interdisciplinar de Ciências
Sociais CICS.NOVA.UÉvora | Interdisciplinary Centre of Social Sciences –
CICS.NOVA.UÉvora,
baltazar@uevora.pt

Resumo

Contextualização: A partir do impulso comunitário às parcerias de carácter local, estava constituída em Portugal uma rede de carácter informal, que esteve na base do Programa Rede Social. A multiplicação de políticas de carácter social territorializadas e participadas que se seguiram, vieram conferir à Rede Social Municipal (RSM) o reconhecimento público das redes informais, e o seu foco passa para a planificação estratégica da intervenção social local visando a promoção do desenvolvimento social. A RSM como agente de planeamento estratégico de recursos a envolver nas políticas sociais ativas, com base nos seus mecanismos formais, tem sido palco de impulsos de experimentação e de focos de tensão. É neste contexto, que a comunicação se desenvolve a partir de três objetivos. **Objetivos:** Um objetivo fundamental que consiste em analisar os contributos que a RSM de Évora tem vindo a promover para que o concelho seja um território mais inclusivo. Dois objetivos complementares, consistindo o primeiro em sistematizar o contributo que os documentos de referência atribuem às RSM, e visando o segundo apresentar as reflexões adicionais dos autores, suscitadas pela experiência que tem decorrido em Évora. **Metodologia:** Para cumprimento dos objetivos definidos foi realizada uma análise bibliográfica a partir de documentos disponibilizados e emitidos por entidades que tutelam a RSM de Évora. Foi ainda efetuada uma sistematização de memórias decorrentes da observação participante que, por inerência de funções dos autores ocorreu em situações quer formais quer informais, onde foi abordada a temática. **Resultados:** A pesquisa realizada permitiu constatar que a atuação da RSM de Évora é condicionada por limitações endógenas e constrangimentos externos, o que fragiliza as suas potencialidades para a promoção de um território inclusivo, desiderato para o qual tem concorrido o trabalho de reorganização interna e atividades desenvolvidas pelas estruturas criadas, nomeadamente nos últimos três anos, sendo apresentado o contributo de uma dessas estruturas: a Unidade de Rede do Envelhecimento Populacional. **Reflexões Finais:** Neste ponto os autores salientam a importância do papel da monitorização e da avaliação, tendo em vista melhor adequar o papel da Rede na resposta aos desafios exigidos para a promoção de um território mais inclusivo.

Palavras chave: Redes sociais municipais; territórios inclusivos; rede social de Évora

Abstract

Contextualization: Based on the Community incentive to local partnerships, was established in Portugal a network of informal character that was at the base of the Social Network (SN) Programme. The multiplication of social policies with territorial base and participated that followed, came to give the SN public recognition of the informal networks, and their focus shifts to the strategic planning of local social intervention aimed at the promotion of social development. The SN as a strategic resource planning of resources to engage in active social policies, on the basis of their formal mechanisms, has staged experimental impulses and outbreaks of tension. **Objective:** It is in this context that the communication develops from three goals. A fundamental objective that consists in analyzing the contributions that Municipal Social Networks (MSN) of Évora has been promoting for the County to be a more inclusive territory. Two complementary objectives, consisting the first to systematize the contribution that the reference documents attributed to the MSN, and aiming at the second present additional reflections of the authors, raised by the experiment that has elapsed in Évora. **Method:** For achievement of the objectives set, a bibliographic analysis was performed from documents available and issued by entities that oversee the activity of the SN of Évora. It was even performed a systematization of memories resulting from participant observation which, by extension of functions of the authors occurred in formal or informal situations, where the theme was addressed. **Results:** The research made it possible to conclude that the performance of the SN of Évora is conditioned by endogenous limitations and external constraints, which weakens their potential to promote an inclusive territory, desideratum for which has run internal reorganization work, and activities carried out by the structures created, in particular in the last three years, being presented the contribution of one of those structures: the Network Unit of Population Aging. **Final thoughts:** at this point the authors emphasize the importance of the role of monitoring and evaluation, with a view to better suit the role of network in response to the challenges required to promote a more inclusive territory.

Keywords: Municipal social networks; inclusive territories; social network of Évora.

Introdução

As Redes Sociais Municipais, estruturadas ao nível local, instituídas enquanto modelos de organização e de trabalho em parceria, visando uma maior eficácia e eficiência nas respostas sociais e rapidez na resolução dos problemas concretos dos cidadãos e das famílias, estão hoje implantadas em todos os concelhos de Portugal, na sequência de um processo que teve início no ano de 1997.

No entanto a produção de conhecimento sobre a relevância destas organizações ao nível de concelho é ainda escassa, com destaque para Castro e Gonçalves (2002), Alves (2010) e Cruz (2010), a que se pode juntar abordagens de conjunto, condensadas em relatórios de momentos de avaliação realizadas pelo *Instituto* para o Desenvolvimento Social (IDS). Face ao exposto, o tema principal deste trabalho de divulgação incide sobre os contributos de uma Rede Social para a promoção de um território mais inclusivo, pois o que já se conhece sobre o tema encontra-se em grande parte incluído na chamada literatura cinzenta (na qual cabem documentos de trabalho, relatórios de avaliações, atas de reuniões, trabalhos preparatórios produzida pelas organizações), circulando fora dos canais de publicação e distribuição comerciais ou académicos (Población, Noronha & Currás, 1995), mas também conservado na memória de intervenientes (testemunhas privilegiadas).

Em função, e na sequência dos motivos expostos, foi traçado como objetivo fundamental deste trabalho revelar quais são os contributos que a Rede Social Municipal (RSM) de Évora tem vindo a concretizar para que o concelho a que pertence se torne num território mais inclusivo. Para reforçar a congruência da explanação foram ainda estabelecidos dois objetivos coadjuvantes, consistindo um deles em esclarecer qual a essência da RSM, plasmada nos principais documentos de referência, e consistindo o outro em expor as reflexões adicionais dos autores, decorrentes da experiência que têm vivenciado em Évora.

Os resultados que foram alcançados pelos autores ao longo da pesquisa são apresentados através dos seguintes tópicos:

- Programa Rede Social: Contextualização; Conceito; Documentos e momentos de referência (avaliação)
- Noção de território inclusivo
- Breve apresentação e historial da Rede Social de Évora
- Contributos da Rede Social de Évora para a promoção de um território inclusivo entre 2014 e 2017
- Reflexões finais

Os procedimentos adotados para elaboração do texto são descritos no ponto seguinte.

Metodologia

Os procedimentos adotados para cumprimento dos objetivos estabelecidos no ponto anterior consistiram numa primeira fase na recolha de informação disponível (impresa e em formato digital) sobre os conceitos fundamentais inscritos no título, no resumo e nas palavras-chave.

Seguidamente procedeu-se em cada documento recolhido à seleção de excertos relacionados com o quadro conceptual. Esses excertos foram assim objeto de uma análise simples de conteúdo, para sistematização de conjuntos com informação singular, com confirmação ou com complementaridade de aporções sobre palavras chave, de forma a recolher e agrupar os elementos essenciais para a redação dos pontos que integram esta comunicação, recaindo o próximo sobre o Programa Rede Social, medida de política que potenciou formas de organização local e de trabalho conjunto que já vinham a afirmar-se na resolução de problemas locais.

Programa Rede Social

Tendo as RSM sido implementadas ao abrigo do Programa Rede Social que surgiu numa conjuntura particular, descreve-se este instrumento de referência, apresenta-se a definição de conceitos fundamentais, e são referidos momentos marcantes de forma a proporcionar informação que permita compreender o percurso percorrido até ao momento atual.

Breve contextualização

O programa Rede Social tem o seu início em 1997 num contexto marcado pelas conclusões da Cimeira de Copenhaga (1995) onde foi adotado o conceito de Desenvolvimento Social assente em três pressupostos básicos (o direito ao emprego, a erradicação da pobreza e a promoção da integração social, como resposta às necessidades dos indivíduos, das famílias e das suas comunidades), e no âmbito do qual emergem (de acordo com Castro e Gonçalves, 2002, Núcleo da Rede Social, 2001a, e Alves, 2010), tendências de descentralização e territorialização no combate à pobreza e exclusão social, fundadas na responsabilização e mobilização do conjunto da sociedade, de autarquias locais e de instituições públicas e privadas, visando alicerçar o impulso ao desenvolvimento de políticas ativas locais. Ou seja, o programa Rede Social assenta na “construção de formas de governança local que conjuguem a possibilidade de mobilizar as redes sociais formais, e informais, de pequena escala (o mais perto possível do vivido dos problemas), quer promovendo a cooperação e a colaboração intersectorial para a integração territorial de políticas, quer promovendo a cooperação estreita entre o Estado e a sociedade civil” (Godinho e Henriques, 2012).

Conceito de Rede Social

É nesse contexto que é publicada a Resolução do Conselho de Ministros nº197/97, de 18 de Novembro, na qual se considera que Rede Social “consiste numa estratégia de abordagem da intervenção social baseada num trabalho planeado, feito em parceria, visando racionalizar e trazer maior eficácia à ação das entidades públicas e privadas que atuam numa mesma unidade territorial”, através da qual se intenta “promover o desenvolvimento social local com uma ação concertada e coerente, articulando experiências, esforços, recursos e projetos de diferentes parceiros locais”.

Momentos e documentos de referência

Com a finalidade de proporcionar informação factual, são referidos neste ponto os momentos e documentos mais relevantes que balizam o percurso do Programa Rede Social.

1997

Publicação da já referida Resolução do Conselho de Ministros nº 197/97, de 18 de Novembro (RCM), cria o Programa Rede Social, reconhecendo o papel das tradições de entajuda familiar e de solidariedade mais alargada. Pretendia-se então, com base nos valores associados a estas tradições, fomentar uma consciência coletiva e responsável dos diferentes problemas sociais e incentivar redes de apoio social integrado de âmbito local, aproveitando um conjunto de circunstâncias favoráveis.

Criação de um Grupo de Trabalho no âmbito do Pacto de Cooperação para a Solidariedade, constituído pela Direcção Geral da Acção Social e pelo Instituto para o Desenvolvimento Social para preparação de um documento de enquadramento da implementação da Rede Social designado por “Programa para a Implementação de Projectos Piloto no âmbito da Rede Social”.

1999

Apresentação e aprovação a 28/04/99, em reunião do Pacto, do referido documento, onde além de ser apresentado o Programa, se definia também os critérios de seleção dos 41 concelhos piloto que integrariam a fase experimental do Programa, que decorreu entre Janeiro de 2000 e Março de 2001.

2001

Apresentação pelo Instituto para o Desenvolvimento Social do Relatório de Execução do Programa Piloto Rede Social elaborado pelo Núcleo da Rede Social.

2004

No final deste ano tinham já aderido ao Programa 239 dos 308 concelhos de Portugal (Núcleo da Rede Social, 2001b).

2005

Apresentação e divulgação do Relatório Síntese da Avaliação do Programa Rede Social, a cargo do Instituto para o Desenvolvimento Social (2005b), em que se sugeria

uma Revisão do enquadramento legal que favorecesse o nível local com benefícios tais como: Melhoria da articulação institucional; Aperfeiçoamento da articulação com outros Instrumentos de planeamento; Incremento de apoio e acompanhamento técnico, e Reforço das componentes operativas das Redes.

Apresentação e divulgação pelo Instituto da Segurança Social, I.P. (2005a) do documento intitulado “Tipificação das Situações de Exclusão em Portugal Continental”, do qual se retém conceitos e indicadores que serão utilizados no ponto seguinte, que incide sobre a noção de territórios inclusivos.

2006

Publicação do Decreto-Lei n.º 115/2006, de 14 de Junho (Regulamenta a Rede Social, definindo o funcionamento e as competências dos seus órgãos, bem como os princípios e regras subjacentes aos instrumentos de planeamento que lhe estão associados, em desenvolvimento do regime jurídico de transferência de competências para as autarquias locais).

2012

Apresentação e divulgação do Relatório Final da Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012, a cargo do Instituto de Estudos Sociais e Económicos (s/d), que permitiu demonstrar: i) que a Rede Social era à época uma realidade sólida (embora muito pouco visível) cujas fragilidades estavam a ser superadas aos seguintes níveis: Recursos financeiros disponíveis; Qualificação de recursos humanos adequados; Envolvimento de atores não tradicionais da ação social; Domínio de instrumentos de planeamento e monitorização; e Abertura à mobilização popular, e ii) que a maior ameaça ao desenvolvimento da Rede Social era o desinvestimento público passível de fragilizar o importante contributo para a sustentabilidade da Rede, e também de fazer recuar o papel que a Rede tinha até então desempenhado nos processos de desenvolvimento social.

Em função destas constatações foram emitidas as seguintes recomendações: a) Reposicionar o papel da Rede Social no contexto contemporâneo; b) Reforçar a articulação da Rede com outras instâncias de planeamento territorial, e c) Assegurar recursos técnicos ajustados às necessidades da Rede Social.

Noção de Território Inclusivo (ou Território Desejavelmente Inclusivo) num Contexto Persistentemente Excludente, Complexo e Caórdico

As componentes que estão na base do programa Rede Social adquirem ainda maior relevância na contemporaneidade, face ao continuado contexto de crise do sistema financeiro e correspondentes implicações nos problemas sociais ligados à competitividade, desemprego e exclusão social.

Para o efeito considera-se que uma governança territorial multinível e uma articulação intersectorial são imprescindíveis à mobilização do potencial endógeno em prol do esforço coletivo de envolvimento integral de recursos e consequentemente da eficiência económica e da inclusão social.

A relevância da coesão territorial no contexto comunitário tem vindo a ser reforçada com o Tratado de Lisboa (2007) e a evolução do processo que conduziu à Agenda Territorial Europeia 2020, traduzindo-se no reconhecimento crescente do papel do Programa da Rede Social nas condições atuais.

Destas principais premissas importa destacar que a política de coesão territorial na Europa consigna o respeito pela criação das condições para o desenvolvimento harmonioso dos lugares, e em que as políticas públicas devem promover o melhor uso dos seus ativos mediante abordagens territorialmente integradas na resolução de problemas envolvendo a cooperação entre diferentes atores através de respostas intersectoriais. E a abordagem “place-based” é tida como a mais adequada para que os territórios mobilizem o seu potencial e assegurem a inclusão social independentemente onde se viva (Barca, 2009).

De qualquer modo, apesar da cobertura do território continental com estas formas de governança local que potenciam a integração territorial das políticas e reconhecem as especificidades locais nas manifestações dos problemas e nas respostas a concretizar (Godinho e Henriques, 2012), a magnitude dos problemas sociais da pobreza e da exclusão social¹ é uma realidade que tende a justificar a continuada

¹ De acordo com os dados estatísticos disponíveis na PORDATA (<http://www.pordata.pt/>), a taxa de intensidade da pobreza em Portugal era de 24,7% em 2004 tendo aumentado para 29% em 2015, enquanto a média europeia (28 países) em 2015 registava sensivelmente os mesmos valores que em Portugal no ano de 2004 (24,85%). Com base nos dados divulgados pela EUROSTAT (2016), conclui-se que mais de um em cada quatro portugueses (26,6%) encontra-se em risco de pobreza ou de exclusão social. Portugal ocupa o 10º pior registo entre os 28 estados-membros, sendo a média comunitária de 23,7%.

pertinência de atuação da Rede Social, mediante a sua ligação quer com a concretização das abordagens da União Europeia em matéria de coesão territorial quer com as necessárias e novas formas de governança territorializada.

Sendo portanto muito difícil erradicar, ou prevenir todas as situações de exclusão que subsistem, ou vão aparecendo em qualquer território, é utilizada a expressão territórios desejavelmente inclusivos, condicionados por um contexto afetado com frequência por crises económicas e financeiras, conflitos armados, perturbações geopolíticas e geoeconómicas, que se pode por isso considerar como persistentemente excludente, complexo e caórdico (em que coexistem o caos e a ordem, de acordo com Burlamaqui, 2006, e Hock, 1999).

Deste contexto surgem ameaças (e também algumas oportunidades), que combinadas com os pontos fortes e fracos de cada território, originam uma diversidade de panoramas socioeconómicos mais ou menos favoráveis para a generalidades dos seus habitantes, pelo que consideramos como territórios inclusivos aqueles em que se observa uma incidência de diminutas taxas de: i) Desafiliação (risco de ruptura de ligação familiar e social); ii) Desqualificação social objetiva (des/inserção no mercado de emprego e des/escolarização, e iii) Privação (incapacidade de acesso a bens de consumo padronizada pelo poder de compra).

Estas dimensões são mais detalhadas na figura seguinte.

Figura 1 - Dimensões e sub-dimensões dos territórios inclusivos

Dimensões	Sub-dimensões
Desafiliação (enfraquecimento dos laços sociais mais informais existentes na comunidade)	Quatro sub-dimensões: Institucionalização; Estruturas familiares; Criminalidade; e Imigração.
Desqualificação social objetiva	Quatro sub-dimensões: Níveis de escolarização; Estrutura de emprego/desemprego; Condições de habitação; e <i>Handicaps</i> pessoais.
Privação económica (insuficiência de recursos materiais)	Cinco dimensões: IRS <i>per capita</i> ; Percentagem do poder de compra; Número de beneficiários do RMG; Valor médio das pensões; Peso de pensionistas face à população residente e das famílias numerosas.

Fonte: ISS - Instituto da Segurança Social, I.P. (2005a).

O concelho de Évora apresenta na generalidade indicadores que revelam condições favoráveis face à média nacional, sendo considerado como território moderadamente inclusivo². Não obstante no último Diagnóstico Social para 2013-2015, foram identificados neste concelho os seguintes problemas que afetam segmentos não negligenciáveis da população: i) Desemprego conjuntural e estrutural; ii) Pobreza entre crianças e jovens; iii) Insucesso e abandono escolar; iv) Dificuldade de acesso a habitação e a boas condições habitacionais, e v) Outras situações de pobreza e exclusão.

Como guia de ação para minimizar estes problemas foi elaborado o Plano de Desenvolvimento Social (PDS) para 2013-2016 (e que se encontra em revisão), assente em quatro eixos como segue: Eixo I – Envelhecimento Populacional; Eixo II – Combate à Pobreza e Exclusão Social; Eixo III – Grupos e Territórios Vulneráveis, e Eixo IV – Sistema de Monitorização e Avaliação da Realidade Social Local.

² Alguma da informação que possibilita justificar essa classificação pode ser consultada no Plano de Desenvolvimento Social de Évora para 2013-2016 (CLASE, 2013).

Foi sobre estes documentos que os atuais responsáveis pela Rede (designados em consequência de alterações resultantes das eleições autárquicas), têm vindo a orientar desde final de 2014 o trabalho desenvolvido pelo Conselho Local de Ação de Social do Conselho de Évora (CLASE) e pelo seu Núcleo Executivo (NE).

Breve Apresentação e Historial da Rede Social de Évora

Os órgãos que integram esta Rede são os seguintes: i) Conselho Local de Ação de Social do Conselho de Évora; ii) Núcleo Executivo; iii) Comissões Sociais de Freguesia, e iv) Unidades de Rede (três constituídas e uma em fase de constituição), e Comunidades de Práticas (quatro).

O CLASE é composto por 116 instituições e reúne pelo menos duas vezes por ano.

Quanto ao Núcleo Executivo do CLASE, reúne mensalmente e é constituído por representantes das seguintes sete entidades: i) Instituto de Segurança Social; ii) Câmara Municipal de Évora; iii) Administração Regional de Saúde; iv) Instituto de Emprego e Formação Profissional; v) Universidade de Évora; vi) Habévora (Empresa Municipal de Habitação Social), e vii) Santa Casa da Misericórdia de Évora (instituição eleita pelos pares).

No que se refere às Comissões Sociais de Freguesia, está atualmente o Núcleo Executivo, em conjunto com a equipa do Contrato Local de Desenvolvimento Social (CLDS) “Vida Ativas@Évora”³, a fomentar a revitalização destas estruturas locais, algumas das quais já funcionaram, encontrando-se atualmente desativadas (caso por exemplo da freguesia da Malagueira e da freguesia da Sr^a da Saúde).

A constituição da RSM de Évora remonta ao ano de 1999, sendo as datas e momentos marcantes entre 1999 e 2017, os que seguidamente se assinala.

³ Projeto que através de ações em parceria pretende contribuir para o aumento da empregabilidade, para o combate das situações críticas de pobreza, especialmente a infantil e para a promoção da inclusão ativa das pessoas com deficiência e incapacidades, visando assim promover a inclusão social dos cidadãos do Concelho de Évora. Este projeto tem como entidade Promotora a Câmara Municipal de Évora, como entidade Financiadora a Segurança Social, e como entidade coordenadora e executora a Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental (APPACDM) (Fonte: Câmara Municipal de Évora, 2017).

1999

Adesão do Município de Évora à Rede Social na sequência da Resolução de Conselho de Ministros nº197/97 de 18 de Novembro, com a reconversão da então Comissão Municipal de Intervenção Social e Educativa, no Conselho Local de Ação Social de Évora, aprovado em sede de Reunião Pública de Câmara de 15 de Janeiro, desse ano, tendo sido mais tarde, de acordo com o previsto no nº2, do art.º 23º da Lei 159/99, de 14 de Setembro, um dos 40 Concelhos Piloto do Programa de Implementação da Rede Social em Portugal.

Realização do pré diagnóstico e início da elaboração do Diagnóstico Social (integral).

2003

Procedeu-se à atualização do 1º Diagnóstico Social, elaborado em 1999.

2004

Surge em Outubro o 1º Diagnóstico Social do Concelho de Évora, no qual foram identificadas as seguintes problemáticas: Menores em Risco; A Deficiência; Respostas para a Terceira Idade no Concelho de Évora; O Problema Habitacional no Concelho de Évora; A Problemática da Toxicodependência; O Fenómeno da Imigração no Concelho de Évora; VIH / SIDA; A Prestação de Cuidados de Saúde no Concelho de Évora; e Respostas Sociais de Apoio à Família na Área da Infância.

2005

Na sequência da elaboração deste Diagnóstico, o CLASE aprovou o Plano de Desenvolvimento Social, para um horizonte temporal de três anos (2005-2008), tendo como principais eixos de intervenção os três seguintes: Eixo A- Fomentar a participação da população na vida comunitária; Eixo B- Reforçar as capacidades de articulação/ otimização dos serviços; e Eixo C - Criação ou promoção de novas respostas sociais.

2012

Atualização do Diagnóstico Social para 2013-2015, documento no qual se encontram assinalados três conjuntos de problemáticas. O 1º abrangeu a Demografia, a Pobreza nos idosos, e as Respostas e equipamentos. O 2º incluiu a Economia e a Habitação, e o 3º envolveu a Educação, a Formação, a Saúde, e também o Território. Neste ano foi também elaborado e aprovado o PDS 2013-2015, edificado em torno de

três eixos: I - Envelhecimento populacional; II - Combate à pobreza e exclusão; e III - Intervenção em grupos e territórios vulneráveis.

2014

Avaliação interna efetuada no final do 2º semestre, do qual se pode destacar:

- Como principal aspeto negativo, o número elevado de membros do CLASE, provocando a sobrelotação do local das reuniões, e fraca participação ativa nas mesmas.
- Quanto às sugestões, foi referida a apresentação de situações/problema para análise e resolução conjunta, e a dinamização de estruturas temáticas como catalisador da estrutura alargada do CLASE.

2016

Elaboração e apresentação do Relatório de Estado do Diagnóstico Social de Évora 2013-2015 (atualiza informações do referido diagnóstico, incorporando dados sobre problemáticas emergentes no território), e início do processo de atualização do PDS 2017-2021.

Contributos da Rede Social de Évora para a Promoção de um Território Inclusivo entre 2014 e 2017

Esta delimitação temporal corresponde ao ciclo iniciado com a nova vereação, a nova presidência do CLASE e a nova equipa técnica, sendo de notar que nos anteriores ciclos ocorreram contributos importantes (elaboração do pré diagnóstico, do 1º Diagnóstico e seguinte, do 1º PDS, iniciativas desenvolvidas por diversos grupos de trabalho), que não estão suficientemente documentados.

Um momento relevante neste ciclo atual ocorreu quando os responsáveis pela Rede foram confrontados com algumas observações sobre insuficiências identificadas na atuação do CLASE e do NE, decidiram promover a realização de um momento de avaliação realizado ainda em 2014, cujos resultados foram aflorados no ponto anterior. Perante esses resultados considerou o NE no 2º semestre desse ano, adequado propor a constituição de Unidades de Rede e de Comunidades de Práticas (CdP).

Foram assim constituídas quatro CdP (Candidaturas; Inovação; Sustentabilidade organizacional; Problemas Complexos / Competências dos Atores do Desenvolvimento

Local e da Intervenção Social), cuja atividade se traduziu nas seguintes iniciativas:

- Duas sessões sobre candidaturas (20/04/2015 e 18/04/2016);
- Duas sessões sobre inovação e sustentabilidade (20/04/2015 e 31/05/2016);
- Três sessões sobre Problemas Complexos (25/09/2014; 17/06/2015); um Seminário sobre a análise SWOT (30/10/2014); Apresentação do Portefólio 14-20 (17/12/2014); Duas sessões sobre Avaliação de Impactos Sociais (22/02/2017; 24/03/2017).

Quanto às Unidades de Rede uma está em fase de constituição (Unidade de Rede das Minorias Étnicas), e as três abaixo referidas encontram-se já constituídas e a funcionar, desde as datas que se assinala:

- Em 26/05/2015 foi assinada a Declaração de Intenção de Adesão à Unidade de Rede da Saúde Mental (URSM).
- Em 10/5/2016 foi assinada a Declaração de Intenção de Adesão à Unidade de Rede do Envelhecimento Populacional (UREP).
- Em 2017 foi constituída a Unidade de Rede dos Sem Abrigo (URSA).

Destas duas que se encontram a funcionar, será detalhado somente o contributo particular da UREP, que conta com a adesão de 24 instituições (das quais sete públicas, incluindo a CME e três Juntas e Uniões de Freguesias), e cuja coordenação é assegurada por uma Comissão composta por três membros efetivos (sendo o coordenador membro do Núcleo Executivo), e por três membros suplentes.

Para ilustrar um contributo particular para a promoção de um território mais inclusivo cingimo-nos ao Plano de Ação para 2016 uma vez que se encontra concretizado e avaliado. Este Plano foi estruturado em dimensões e Objetivos apresentadas de imediato.

Figura 2 - Plano de Ação para 2016 da UREP

Dimensão	Objetivos
Idosos	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar e encaminhar as situações identificadas no âmbito do Projeto “Mais Próximo de Todos” • Promover a integração social dos idosos sinalizados no âmbito do Projeto “Mais Próximo de Todos” • Prevenir as situações de isolamento social
Cuidadores	<ul style="list-style-type: none"> • Valorizar o papel dos cuidadores informais • Capacitar os profissionais das instituições
Instituições	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar a troca de experiências e replicação de boas práticas entre instituições • Transmitir saberes tradicionais

Fonte: UREP (2015)

Considera-se um grau de cumprimento de 75% do Plano de Ação / 2016 da UREP, o que embora se possa considerar satisfatório, aconselha uma melhor articulação entre as entidades envolvidas de forma a que consiga níveis mais elevados de eficácia e eficiência.

Mas para além destas medidas, refira-se ainda como constituindo exemplo a reter o *Programa Informar para Atuar*, que visa capacitar as instituições do concelho de Évora, mediante a divulgação do trabalho e conhecimento de boas práticas, reuniões descentralizadas e com ordem de trabalhos aberta (entre outras ações).

Reflexões Finais

O contributo para a promoção de territórios (mais) inclusivos por parte de RSM que têm vindo a implementar medidas relevantes na respetiva área de intervenção, é pouco conhecido. Têm sido publicadas teses de Mestrado e apresentados relatos parcelares em alguns eventos (Congressos, Encontros) dando conta de boas práticas /

práticas bem-sucedidas (ou abordadas entre participantes, à margem desses eventos, iniciativas interessantes no que se refere ao tema em causa).

Existe também informação do conjunto, explanada em alguns documentos oficiais (especialmente relatórios de momentos de avaliação a nível nacional), que dão conta do que tem vindo a correr bem (e pelo menos há que manter), e do que não tem corrido satisfatoriamente (e que portanto deverá ser melhorado), como é o caso da maior ameaça ao desenvolvimento da Rede Social que se traduz no desinvestimento público, passível de fragilizar o importante contributo para a sustentabilidade da Rede, e também de fazer recuar o papel que tem desempenhado nos processos de desenvolvimento social, conforme apontado no Relatório Final da Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012, a cargo do Instituto de Estudos Sociais e Económicos (s/d).

No presente texto os autores expuseram o caso da RSM de Évora como contributo para a promoção de um território mais inclusivo, relatando para o ciclo 2014-2017 (selecionado por motivos que elucidaram), as iniciativas que foram implementadas para dar resposta a insuficiências identificadas nos órgãos que integram a Rede.

Foi assim descrita a implementação já efetivada de três Unidades de Rede, a implementação em curso de mais uma Unidade de Rede, a concretização de Comunidades de Práticas (temporárias) e as atividades desenvolvidas por estas estruturas.

Com a finalidade de ilustrar mais pormenorizadamente o contributo da RSM de Évora para a promoção de um território mais inclusivo, foi detalhada a atividade desenvolvida no ano de 2016 pela Unidade de Rede do Envelhecimento Populacional (UREP) em torno de três dimensões (eixos de atuação).

A questão que se coloca agora é a de como se poderá manter, se não melhorar, a dinâmica que tem vindo a ser observada na RSM de Évora, mesmo reformulando o perfil da intervenção, adaptando-a a uma realidade que se vai transformando, e projetando novos reptos aos vários níveis de responsabilidade e participação.

Os momentos de avaliação e seguimento (acompanhamento ou monitorização) podem proporcionar *inputs* que redimensionem reajustem e realinhem a atividade da reconfigurem a intervenção da RSM, tendo por base o pressuposto de que as avaliações, neste caso de uma RSM, adequadamente calibradas, sempre concorrem para melhorar o que não está a decorrer satisfatoriamente (pontos fracos), reforçar o que está a correr

satisfatoriamente (os pontos fortes), e prevenir eventuais problemas (tendo presente o carácter pedagógico que uma avaliação deve sempre observar).

Para além da avaliação (sucinta) sobre o PDS, a avaliação pode incidir (de acordo com o conteúdo do Decreto-Lei n.º 115-2006 de 14 de Junho), sobre traços mais genéricos da identidade de uma RSM: Finalidade, Objectivos estratégicos (dois), Objectivos específicos (quatro), Princípios de atuação (seis), e Impactos esperados (conforme estabelecido no Programa Rede Social). Pode, e deve também incidir sobre traços mais específicos da identidade de uma RSM, como sejam os artigos 3º (Natureza), 4º (Objectivos), 10º (Competências do plenário), 13º (Competências do Núcleo Executivo) e 14º (Direitos e deveres dos membros do CLASE), inscritos no Regulamento Interno do Conselho Local de Ação Social de Évora.

A reflexão crítica sobre os resultados de uma avaliação desta índole poderá portanto originar que uma rede tenha de se repensar, permitindo a aplicação dos três princípios que balizam a definição de uma estratégia: Concentração de esforços, Economia de forças, e Liberdade de ação / Flexibilidade (na escolha de prioridades, atividades e ações), concorrendo para a promoção de territórios, nunca totalmente, mas cada vez mais inclusivos.

Referenciação Bibliográfica

Alves, J. E., Martins, A. & Cheta, R. (2007), *Emprego, Formação e Redes Sociais*, Lisboa: Celta Editora.0

Alves, J. E. (2010), *Parceiros em Rede: estratégias territorializadas para o desenvolvimento local nas áreas do emprego e formação*, Porto: Fronteira do Caos Editores

Atouguia, P. M. A. P. (2010). *Políticas sociais territoriais e sistemas de informação para produção de diagnósticos sociais: o caso do programa Rede Social em Portugal*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão. Recuperado de <http://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1761/1/Mestrado%20Economia%20e%20Política%20Social%20-%20Tese%20Final%20-%20Paula%20Ato.pdf>

Barca, F. (2009). *An agenda for a reformed cohesion policy: A place-based approach to meeting European Union challenges and expectations*. Independent Report prepared at the request of Danuta Hübner, Commissioner for Regional Policy. Recuperado de http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/regi/dv/barca_report_/barca_report_en.pdf

Burlamaqui, L. (2006). *Liderando em ambientes caórdicos*. Recuperado de <http://www.dalecarnegieng.com.br>.

Câmara Municipal de Évora. (2017). *CLDS+ "Vidas Ativas@Évora"*. Recuperado de <http://www.cm-evora.pt/pt/site-viver/social/Paginas/CLDS-Vidas-Ativas-Evora.aspx> [Acedido em 14 de Maio de 2017).

Castro, J. L. (coord). (2014). *Rede Social: Desafios e Experiências de um Programa Estruturante*. Lisboa: Instituto da Segurança Social, I.P. Recuperado de http://www.seg-social.pt/documents/10152/147154/rede_social_desafios_experiencias_programa_estruturante/b803757-2a52-4b9f-976d-c90ec6e19c0d

Castro, J. L. & Gonçalves, A. T. (2002). A Rede Social e o Desenvolvimento Local Parcerias Sociais e Planeamento Participado. In *Cidades- Comunidades e Territórios*. Jun. n.0 4, pp. 71-82. Recuperado de https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3348/1/Cidades2002-4_Castro_Gon%C3%A7alves.pdf

CLASE. (2013). *Plano de Desenvolvimento Social 2013-2016*. Évora: CLASE Recuperado de http://www2.cm-evora.pt/RedeSocial/Documentos%20PDF/2013/PDS_abril2013_2016.pdf

Cruz, S. A. (2010). *Rede social: o agir profissional do assistente social e o desenvolvimento social em contexto local* (Dissertação de Mestrado em Serviço Social). Coimbra: Instituto Superior Miguel Torga Escola Superior de Altos Estudos. Recuperado de <http://repositorio.ismt.pt/bitstream/123456789/171/1/Tese.pdf>

Decreto-Lei n.º 115/2006, de 14 de Junho de 2006 (Regulamenta a rede social, definindo o funcionamento e as competências dos seus órgãos, bem como os princípios e regras subjacentes aos instrumentos de planeamento que lhe estão associados, em desenvolvimento do regime jurídico de transferência de competências para as autarquias locais). *Diário da República - I Série-A*, N.º 114 de 14 de Junho de 2006.

EUROSTAT (2016) The share of persons at risk of poverty or social exclusion in the EU back to its pre-crisis level: Contrasting trends across Member States. Newsrelease 199/2016 – 17 October. Recuperado de <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7695750/3-17102016-BP-EN.pdf/30c2ca2d-f7eb-4849-b1e1-b329f48338dc>

Godinho, R. & Henriques, J.M. (Coord) (2012). *Projeto Rede em Prática*, Lisboa: Instituto de Estudos Sociais e Económicos.

Hock, D. (1999). *Nascimento da era caórdica*. São Paulo: Cultrix.

Instituto da Segurança Social, I.P. (2004), *Guia Prático para a Implementação da Rede Social*, Novembro 2004, Lisboa: ISS, I.P.

Instituto da Segurança Social, I.P. (2005a). *Tipificação das Situações de Exclusão em Portugal Continental*. Lisboa: ISS, I.P. Recuperado de http://www.miniweb.com.br/Geografia/Artigos/geo_mundial/PDF/segsocial.pdf

Instituto da Segurança Social, I.P. (2005b). *Avaliação do Programa Rede Social - Relatório Síntese*. Lisboa: Instituto para o Desenvolvimento Social.

Instituto de Estudos Sociais e Económicos. (s/d). *Relatório Final da Avaliação do Programa Rede Social 2010-2012*. Lisboa: IESE

Núcleo da Rede Social do Instituto para o Desenvolvimento Social. (2001a). *Programa Rede Social*. Lisboa: IDS – Instituto para o Desenvolvimento Social.

Núcleo da Rede Social do Instituto para o Desenvolvimento Social. (2001b). *Relatório de Execução do Programa Piloto Rede Social*. Lisboa: Instituto para o Desenvolvimento Social.

Población, D. A.; Noronha, D. P.; Currás, E. (1995). Literatura cinzenta versus literatura branca: Transição dos Autores das Comunicações dos Eventos para Produtores de Artigos. In: *Ciência da Informação*, vol. 25, n. 2. Recuperado de <http://www.ibict.br/cionline/include/getdoc.php?id=821&article=483&mode=pdf>

UREP. (2015). *Plano de Ação 2016*. Évora: Rede Social de Évora.

Resolução do Conselho de Ministros 197/97 de 18 de Novembro de 1997 (Procede ao reconhecimento público da denominada «rede social»). *Diário da República - I Série-B*, Nº 267 de 18-11-1997.

AS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA CIDADE NOVA

ANA FILIPA OLIVIERA
Universidade de Évora, CICS.NOVA.UÉvora
afilipabrito@gmail.com

Resumo

Este artigo decorre de um trabalho em progresso, sobre a construção social de uma cidade nova, vazia de identidade e memória, decorrente da implementação de um projeto de políticas públicas de desenvolvimento regional no Alentejo Litoral, emergente nos anos 70. Neste estudo, os elementos fundadores da comunidade, encontraram uma estrutura edificada, vazia de história, levados pela necessidade de (re)organização das suas vidas, desarraigados não só do seu espaço físico e social natural, mas também desarraigados das suas relações de parentesco e vizinhança.

Pretende-se desenvolver uma reflexão sobre o modo de como os atores envolvidos, geraram um espaço social, nascido do vazio, identificando as relações de base para edificação deste. Esta análise decorre da pertinência de tornar evidente a base estruturante da construção social de uma população desconhecida entre si e sem laços relacionais à partida.

Palavras-chave: análise de redes sociais, espaço social, cidade, atores.

Abstract

This article stems from a work in progress on the social construction of a new city, empty of identity and memory, resulting from the implementation of a project of public policies for regional development in the Alentejo Coast, which emerged in the 1970s. In this study, the elements founders of the community, found a built structure, empty of history, driven by the necessity of (re) organization of their lives, disarticulated not only from their natural physical and social space, but also disarranged from their kinship and neighbourhood relations.

It is intended to develop a reflection on the way in which the actors involved, generated a social space, born of the emptiness, identifying the basic relations for its construction. This analysis stems from the pertinence of making clear the structuring basis of the social construction of a population unknown to each other and without ties to the departure.

Keywords: analysis of social networks, social space, city, actors.

Introdução

Desenhada e planeada com uma função, a de habitar, a “cidade nova” nasce a partir de um projeto de políticas públicas, orientado para a modernização e desenvolvimento económico e regional do país, através da construção de um grande complexo industrial a sul de Portugal; o complexo industrial de Sines.

Construída a partir de “nada”, sem referências habitacionais físicas ou sociais, a cidade brota de um areal, nome aliás pelo qual os locais ainda hoje a referem. Numa ambiência rural, do litoral alentejano, o espaço delineado para a construção da habitação que visa alojar os trabalhadores do complexo industrial, eleva-se da areia, entre o pinhal, através de grandes blocos de betão organizados em bairros, desenhados numa filosofia de habitar modernista, económica, fácil e rápida.

E se novos são os edifícios, novos serão os seus habitantes. Oriundos de diversos locais do país, e dos fluxos vindos de África aquando da descolonização, a população fundadora desta comunidade, é estranha ao local e estranha entre si.

Interessa-nos, pois, perceber de que forma estes indivíduos, sem laços relacionais à partida, predominantemente de tipologia familiar nuclear, constroem um espaço social, num espaço físico construído num só momento e projetado com a funcionalidade de habitar, isento de traços de memória e identidade. Desprovido, pois, o espaço físico de referência e linhas orientadoras de estruturação social, contará com o capital social recebido através dos fluxos populacionais, para a construção de um espaço económico, político e social orientador da vida em comunidade.

Então de que forma uma população se organiza para a minimização dos constrangimentos e a maximização na gestão de recursos? Que mecanismos de sobrevivência social são gerados e mantidos até à estabilização da vida quotidiana? Como se estabelecem as redes sociais estruturantes?

Para a elaboração deste Estudo de Caso Exploratório, e aferição da questão que se coloca, recorreremos à utilização das seguintes técnicas; recolha de dados estatísticos

(fluxos e evolução da população), recolha documental, observação participante e recolha de depoimentos aos atores, sob o formato de histórias de vida parciais (reflexão sobre um determinado momento do percurso de vida).

A recolha documental e de dados, permite traçar o contexto histórico, político e económico que serviu de suporte à edificação da “*cidade nova*”, aferir as diferentes fases de construção do edificado, os constrangimentos surgidos, os fluxos populacionais e sua origem.

Percecionar a forma de construção da rede social, orienta para a recolha dos depoimentos e conseqüentemente a participação ativa do investigador, como orientador e observador. Na observação direta e participante, traduzindo as percepções do investigador, não o dissocia do objeto de estudo, obrigando a uma ação sobre este, impossibilitando o distanciamento total, a observação participante, Wallerstein et al. (1996,p.40) “*ameaçou desde sempre violar o ideal da neutralidade científica.*”

A História de Vida como técnica de investigação promete uma exposição muito realista do fenómeno social em estudo, uma vez que permite ao investigador recolher um depoimento vivenciado pelo ator (construtor), orientando para uma narrativa robusta e real ainda que revestida de emoção. No caso concreto opta-se por uma recolha do depoimento baseado num segmento da história de vida do ator; “*o momento de chegada à cidade nova*”.

A análise de conteúdo destes depoimentos permitirá percecionar os elementos estruturantes das redes sociais na fase inicial da organização do espaço social, e a análise destas redes, permitirá “*desocultar*”, as dinâmicas e mecanismos de organização desenvolvidas pelos indivíduos, orientados por uma necessidade de sobrevivência social.

Contextualização histórica e política

A cidade protagonista do estudo, situa-se no Alentejo Litoral, numa realidade peculiar a nível nacional e contrastante com os espaços urbanos característicos do Alentejo, e a sua edificação é decorrente da implementação de um projeto de políticas públicas de desenvolvimento regional, construída com um propósito, e baseada numa teoria específica de projetar uma cidade, - o modernismo -, em que a função é a palavra-chave. A cidade alberga indivíduos oriundos dos diferentes pontos do país e ex-colónias, atores de um espaço social construído por estes e para estes, sem modelos sociais e sem memória instituídos.

Vila Nova de Santo André é para quem chega hoje, um aglomerado urbano, destoando do património edificado da zona rural alentejana em que está inserido. As suas ruas espaçosas e os seus bairros geometricamente desenhados, transportam-nos para uma *surrealidade* alentejana que não encontra par no espaço físico envolvente,

Decorrente de uma vontade de desenvolvimento regional expressa, através do III Plano de Fomento, o complexo industrial de Sines vem dar corpo a esta pretensão de desenvolvimento económico segundo o modelo de difusão de polos de desenvolvimento, criando a possibilidade de Portugal entrar nos mercados económicos externos. Estes polos de desenvolvimento deveriam ser descentralizados de forma a sugerir um nivelamento dos recursos no território português, seguindo um modelo difusionista e orientado pela teoria de polos de F. Perroux. Segundo Cabugueira (2000, p.107), ”... a ideia de polarização foi inicialmente introduzida por François Perroux, em 1955”, e ainda no mesmo texto de Cabugueira (2000, p.107) podemos ler, que;

“A constatação de Perroux projectou-se numa proposta que pode apresentar-se nos seguintes termos: se o crescimento económico acontece de forma desequilibrada, surgindo através de pólos que se propagam; então a promoção do desenvolvimento regional deve passar pela consideração de quais os espaços que reúnem melhores condições para se transformar em pólos de crescimento e pelo investimento na constituição desses polos, gerando um processo de crescimento económico por difusão dos efeitos de um determinado investimento concentrado no conjunto da economia.”

Na perspectiva de Perroux, o crescimento acontece propagado através de polos de crescimento, assim, deve o desenvolvimento regional considerar quais serão as localizações que oferecem melhores recursos para investir no seu crescimento económico. No caso concreto, a criação de um polo industrial, sujeito a um plano, serviria de motor para este desenvolvimento e geraria um crescimento por difusão a outros polos, organizados por uma atividade ou grupos de atividades, mas orientados por uma política central promovida pelo governo.

Segundo Croca Caeiro (2005,p.210), o III Plano de fomento, programado para o período de 1968-1973, contém uma “*tendência liberalizante e modernizadora da sociedade portuguesa*”, o autor revela que há neste plano uma orientação para a “*aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional e a repartição mais equitativa do rendimento*”, adotando uma metodologia que promove uma articulação entre as entidades públicas e privadas nos trabalhos de preparação dos planos e a introdução da problemática relativa ao desenvolvimento regional.

Segundo Santos, (1977) a fase de 1968-69 a 1974, denominada pelo Marcelismo apresenta na sua génese um isolamento político e económico face ao exterior. Recente adesão à Associação Europeia de Livre Comércio (mercado EFTA), imprime a necessidade de uma reorganização económica e industrial pressionada pelo exterior. Projetava-se assim a construção de infra-estruturas em áreas de interesse económico, onde nasceriam cidades novas e parques industriais necessários ao desenvolvimento do país.

Segundo Ribeiro, F. Fernandes e Lino, Carreira (1987,p.993);

“O lançamento de grandes iniciativas industriais viradas para o mercado internacional e traduzindo uma ruptura com a experiência anterior da industrialização portuguesa... Essas iniciativas vão centrar-se no lançamento ou ampliação de três tipos de sectores: sectores ligados à economia petrolífera mundial (refinação de petróleos, petroquímicas, construção naval de grandes petroleiros); sectores destinados a processar recursos minerais nacionais (pirites, silício, etc. ...)”... “Conceder a exploração da nova refinaria do Sul, com capacidade de 10 milhões de toneladas/ano, ao consórcio entre a Sonap e a CUF, que formariam a Petrosul e lançariam mais tarde a Companhia Nacional de Petroquímica, para concretizar as bases de outro complexo petroquímico”

O Complexo Industrial que se virá a localizar da área de Sines, será um grande investimento virado para o mercado internacional, seguindo a orientação de abertura externa.

Este polo de desenvolvimento previa a criação de emprego para um total estimado de 25.500 postos de trabalho, acrescentando unidades de industria ligeira e empresas “satélite” de prestação de serviços e bens às indústrias principais, que obviamente iriam incrementar este número de trabalhadores.

Edificação da Cidade Nova

Coloca-se então a questão do alojamento destes indivíduos, e neste âmbito que surge o plano de habitação que dará origem à “cidade nova”. A construção de um plano urbano alargado, e que segundo o relatório (Gabinete da Área de Sines, 971 – Presidência do Conselho, p.37-38) “Estudo para Localização de uma Área Concentrada de Indústrias de Base”;

“considera-se que este empreendimento deverá ser acompanhado de operações urbanísticas que ponderem, além do mais, as necessidades de instalação e de serviços de uma população da ordem dos 100 000 habitantes, até ao fim do corrente decénio” ... “Deve pensar-se numa ordem de grandeza de 25 000 fogos, mas haverá neste domínio campo para muitas variadas modalidades quanto ao grau de intervenção do Estado”.

Esta população, passados mais de 40 anos, oriunda de diferentes pontos do País e das ex-colónias construiu e ajudou a construir um espaço social e urbano particular, no seio de uma área geográfica de índole predominantemente rural. O desenvolvimento e construção do espaço social no espaço edificado, produto de um projeto arquitetónico rigorosamente planeado, e construída num acordo entre o veiculado pela necessidade e utilidade.

O que verificámos foi que a colonização deste espaço, feita sobretudo numa única camada (podendo-se considerar duas)¹, obriga uma vizinhança completamente imposta por questões orgânicas, estruturais e organizacionais instituídas pelas diversas entidades e instituições envolvidas (empresas de indústria pesada empregadoras, Gabinete da Área de Sines), suprimindo quase na totalidade a escolha do espaço pelas famílias / indivíduos.

Uma organização é capaz de se construir a si própria e de se estruturar a si própria, no caso de Vila Nova de Santo André, os elementos fundadores da comunidade, encontraram nesta a possibilidade de organização de suas vidas, desenraizados não só do seu espaço natural, mas também das suas relações de parentesco e rede relacional.

Fases de afluência populacional

1ª fase. Mão-de-obra relacionada com a construção da cidade, fixação temporária ou através de movimentos periódicos (residência/trabalho). Fluxos oriundos das proximidades. Fixação provisória.

2ª fase. Momento em que a população começa a fixar-se, aliada a necessidades de consumo e de equipamentos sociais. Início da estruturação de linhas de organização social. Fluxos vindos de todo o país, e das ex-colónias.

3ª fase. Normalização do processo de fixação da população, estabilização do número de residentes.

Evolução e Caracterização da População

Aquando do plano inicial do projeto (1972), seria de prever que os habitantes do centro urbano, se mobilizassem predominantemente das regiões a sul de Portugal, bem como de técnicos especializados vindos nomeadamente da cintura industrial de Lisboa, movidos por novas oportunidades de desenvolvimento profissional, e pelo plano urbano projetado. Podemos, analisando os dados disponíveis pelos censos realizados pelo

¹ Pode-se considerar dois momentos de colonização, um primeiro entre 1976 e 1980 e depois um segundo momento coincidente com a segunda fase de construção entre meados da década de 80 e a década de 90.

Instituto Nacional de Estatística (INE), que embora esta previsão tenha sido concretizada, também o centro urbano contou com um fluxo considerável da população residente em África, movidos pelo facto de encontrarem uma esperança de reestruturação das suas vidas através da existência de postos de trabalho, os quais se conciliaram com a experiência profissional anterior. A soma dos indivíduos vindos de Moçambique e Angola, perfazem em 1981 uma percentagem na ordem dos 38% da população residente.

A região, predominantemente rural, comportava uma densidade populacional muito baixa. Em 1970, a população recenseada era, na freguesia de Santo André, concelho de Santiago de Cacém, de 2.007 indivíduos, em 1981 este valor sobe para 5.778. Até 1991 a população aumenta para 10.751, invertendo seguidamente esta a tendência, pois verifica-se uma ligeira diminuição a partir desta data. Podemos então aferir que o maior fluxo migratório se deu numa primeira fase até ao início dos anos 80, continuando a crescer nessa década, para estabilizar em seguida nos anos 90, uma vez que a variação entre 1991 e 2011 é mínima e decrescente.

Tabela. 1 – Evolução da população residente em Santo André.

População Residente	
Freguesia de Santo André	
Ano de Recenseamento	Residentes
1970	2.007
1981	5.778
1991	10.751
2001	10.696
2011	10.647

Fonte: INE

De forma a perceber a origem do fluxo dos migrantes, verificamos a residência destes à data de 1973, anterior à descolonização, sendo, pois, que dos 5.778 indivíduos residentes em Vila Nova de Santo André em 1981, 927 ainda não tinham nascido. Dos restantes 4.851 residentes, os números mais relevantes são os que residiam em 1973 no concelho de Santiago do Cacém – 1.809 representando 37%, em Moçambique – 1.006 e em Angola- 848. Mobilizados de outras regiões do país e para valores superiores a 100, migraram 130 indivíduos de Lisboa e 120 indivíduos de Sines. Destes 938 indivíduos, 11 residiam em 1973 nos Estados Unidos e Canadá e 30 em outro país do mundo. Os restantes que completam o fluxo, são oriundos de regiões muito dispersas do país.

Podemos então aferir, e assumindo que o valor poderá não exercer o rigor que gostaríamos, uma vez que à data dos censos, muita população se encontrava recenseada nas suas localidades de origem, que a maior percentagem de residentes é oriunda do mesmo concelho e que o fluxo das ex-colónias para Vila Nova de Santo André é muito significativo, valendo 38% da população (mobilizados de Moçambique e Angola).

Desenvolvimento da Rede de Relações

Face a esta breve abordagem da génese da Cidade Nova, e uma vez identificada a população migrante, e a razão da migração, aferimos perspetivas para o desenvolvimento da rede social, baseada em fluxos entre os atores através de vínculos ou relações decorrentes da movimentação com vista a um objetivo comum, o da sobrevivência física e social.

Este trabalho focaliza-se nos processos inerentes à construção de um espaço social por uma população estrangeira, utilizando a aceção de “*estrangeiro*” como Marc Augé (1992) descreve na sua obra, “Os não-lugares” Introdução a uma antropologia da Sobremodernidade, (Lisboa 2005), que circunstancialmente colonizou num espaço urbano rígido e projetado de raiz e com um objetivo determinado.

Como se desenvolveram as relações sociais, num espaço que à partida corresponde à definição de Marc Augé (1992), de não-lugares, a ideia de que estes são ausentes em símbolos, sendo o oposto aos lugares antropológicos, que correspondem a

uma forte correlação entre o espaço e o social, portadores de três dimensões: são identitários, históricos e relacionais.

Para a compreensão de um determinado fenómeno, é essencial a perceção da relação de causação circular entre as variáveis internas e externas. O homem é o efeito de sistema macro, que ele próprio altera. Segundo Edgar Morin, compreender a humanidade passa pela compreensão da unidade e da diversidade da unidade, entender a unidade do múltiplo e a multiplicidade da unidade. Morin (2008) defende que uma organização ativa produz os efeitos que esta própria organização utiliza na sua manutenção e existência num processo de recursividade, num processo circular de causa – efeito. Uma organização é capaz de se construir a si própria e de se organizar a si própria.

A orientação para a construção também não pôde prever as características culturais da população que a iria colonizar, porque era provavelmente uma variável praticamente desconhecida no momento do projeto urbano. E que efetivamente viria a ser alterada pela entrada de população deslocada de África. O que verificamos é que a colonização deste espaço, também feita sobretudo num único momento (podendo-se considerar dois), obrigando uma vizinhança completamente imposta por questões orgânicas, estruturais e organizacionais instituídas pelas diversas entidades e instituições envolvidas (empresas de industria pesada empregadoras, Gabinete da Área de Sines), suprimindo quase na totalidade a escolha do espaço pelas famílias / indivíduos.

Obrigando a uma relação de vizinhança de populações não só desconhecidas como culturalmente díspares. A exemplo, são as famílias oriundas das ex-colónias, cujas posturas e estilos de vidas contrastaram com as culturas locais, rurais, muito recentemente livres da filosofia ditatorial organizadora de uma sociedade balizada e limitada a regras sociais muito rígidas e ainda pouco aberta a novas posturas.

O colonizador tipo, inscreve-se na estrutura de família nuclear, levando ao enfraquecimento de laços tradicionais de associação humana e ao fortalecimento da solidariedade de grupos voluntários organizados em associações com vista à satisfação das necessidades da comunidade.

Perspetivamos, pois, que esta dinâmica se terá baseado no sentido prático de ultrapassagem dos grandes obstáculos vivenciados nos primeiros momentos de

colonização. As por demais conhecidas, carências de estruturas comerciais e equipamentos sociais, terão orientado para uma maior dinâmica de intercâmbio de recursos, movendo-se em parcerias com os pares, mobilizados por interesses comuns. A dinâmica de vizinhança concentrada, terá levado a uma mobilização de esforços conjuntos para a organização do espaço físico e social, como nos refere Grossetti (2014, p.6), sobre as relações construídas em torno de interesses comuns;

“El barrio no implica necesariamente una forma de identificación colectiva, ni de relaciones preexistentes. Sí que implica, sin embargo, intereses comunes (las paredes compartidas, o los servicios compartidos en un edificio) y facilita el intercambio de servicios en los que el coste de la distancia juega un papel importante (prestar las herramientas de jardinería, comida, o pequeños favores de mantenimiento). Dichos intereses son, obviamente, una gran oportunidad para conocer gente de forma más general. Querer lo mismo o estar de acuerdo en las mismas cosas favorece la interacción. En pocas palabras, en la mayoría de los casos, estos intereses estructuran a grupos más o menos identificados, es decir círculos.”

Tendo presente o elevado significado que tem a construção de uma rede perante as condições desérticas que se apresentaram aos indivíduos, com a escassez de recursos e de equipamentos sociais, urgiu juntar e mobilizar relações de solidariedade que fizessem face aos obstáculos vivenciados pelos pioneiros.

Voltando atrás no tempo, podemos imaginar o que seria este local, em 1976 quando começou a ser habitado pelas famílias; edifícios de betão, colocadas no meio da areia, sem passeios, sem estradas, sem rede telefónica alargada às famílias, sem capacidade eléctrica suficiente, sem comércio, sem uma rede de transportes apropriada. Construir um espaço social terá sido um exercício de criatividade e inovação e um desafio para os residentes que tiveram a importante oportunidade de edificar um espaço social à sua medida. A criação dos laços entre os habitantes que deram origem às redes sociais, terá sido a base estruturante da edificação do espaço social e que segundo Granovetter que defende a teoria dos laços fortes e laços fracos, colocando a ênfase nos laços fracos, e na capacidade de desenvolvimento que estes têm para a elaboração de redes abertas que servem de pontes para a edificação do espaço social.

A diferença entre uns e outros (laços fortes e fracos) depende essencialmente do grau de afetividade que mantemos nos relacionamentos em questão, sendo que com os familiares próximos e amigos, o grau de intensidade da relação leva a que os laços

sejam tendencialmente fortes, originando grupos de redes tendencialmente fechadas, já para com vizinhos, colegas ou familiares afastados, a energia e tempo gasto nestas relações é inferior às anteriores, os laços fracos e as redes mais abertas.

É exatamente em redes abertas com um sistema de laços fracos que Granovetter defende a eficiência das ligações na resolução de algumas problemáticas, por serem abertas e abrangentes servindo de pontes entre redes fechadas de laços fortes, Granovetter (1973, p.1377);

“...that the personal experience of individuals is closely bound up with larger-scale aspects of social structure, well beyond the purview or control of particular individuals. Linkage of micro and macro levels is thus no luxury but of central importance to the development of sociological theory. Such linkage generate paradoxes: weak ties, often denounced as generative of alienation (wirth 1938) are here seen as indispensable to individuals opportunities and to their integration into communities; strong ties, breeding local cohesion, lead to overall fragmentation. Paradoxes are a welcome antidote to theories which explain everything all too neatly.”

Também, como refere Teresa Marques (2007, p.116), sobre o caso do Bairro Lagarteiro;

“O trabalho participativo dos Actores pretendeu sobretudo prepará-los para o futuro, levá-los a reconhecerem a necessidade de trabalharem em conjunto criando sinergias e processos de concertação sustentados. Tratou-se sobretudo de um processo de aprendizagem, em que cada um, com a sua experiência e as suas vivências, contribuiu para a resolução de um conjunto de problemas. Neste contexto, o processo de inovação assenta na capacidade de se desencadarem, individualmente e colectivamente, processos de aprendizagem que levam à resolução dos problemas sociais, urbanísticos, económicos e culturais locais.”

A Cidade Nova – Vila Nova de Santo André apresenta-se-nos hoje, como um local vivido, com memória, e representa um nó na rede social alargada às cidades vizinhas, fazendo parte integrante duma realidade social do Alentejo Litoral, quer pelo fluxo originado pela relação administrativa quer pelo fluxo relacionado com as empresas do complexo industrial. Vila Nova de Santo André apresenta-se-nos assim, como um laboratório a céu aberto para a análise de dinâmicas sociais construídas a partir de tábua rasa.

A caracterização da rede de relações iniciais aferida através da recolha de histórias de vida, percecionando como inicialmente se estabelecerem as relações entre

os atores, a motivação destes, e se se concretiza como se nos adivinha, o objetivo principal de ultrapassar obstáculos em conjunto.

Considerações finais

A rede social de base à construção das dinâmicas sociais, em Vila Nova de Santo André, não parece oferecer dúvidas que se terá orientado por três elementos estruturantes; o local de trabalho (empresa ou entidade); o local de residência (o bairro) e o local de origem (residência anterior ao fluxo).

Será dentro de cada um destes elementos que os indivíduos colonizadores estruturaram inicialmente as relações grupais, uma vez que estes elementos referenciados como aglutinadores dos depoimentos dos atores.

O capital social e cultural gerado, nesta comunidade terá sido uma agregação de um conjunto de recursos mantidos pelas redes de relações desenvolvidas entre os atores colonizadores deste espaço físico, que ao mesmo tempo lhes terá permitido acesso a outros recursos que contribuiram para o progresso de uma vida em sociedade numa dinâmica recíproca de ajuda

Pretendemos pois através da recolha dos depoimentos, se configure a rede social que iniciou o processo de socialização na cidade nova, mas também como esta rede se desenvolveu/manteve ao longo dos anos, e em que medida se tornou premente desenvolver novas dinâmicas de relações não só entre atores, mas entre estes, entidades, instituições e populações das cidades vizinhas que orientem para uma maior participação na solução de problemáticas resistentes, que fomentem um maior desenvolvimento local e regional.

Bibliografia

Augé, M. (1992). “Os não-lugares” Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade. 90 Graus Editora, Lisboa – 2005.

Bourdieu, P. (1989). O Poder Simbólico. Algés: Difel.

Cabugueira, A. (2000). Do Desenvolvimento Regional ao Desenvolvimento Local. Análise de alguns aspectos de Política Económica Regional. Gestão e Desenvolvimento, 9, p.103-136.

Caeiro, J. Croca (2005) Intervenção Social, 31: p. 193-219.

Costa, A. Firmino. (1999). Sociedade de Bairro. Lisboa: Celta.

Cuche, D. (2003). A noção da Cultura nas Ciências Sociais. Lisboa. Fim de Século.

Ferrão, J. (2003). Intervir na Cidade: Complexidade, Visão e Rumo: publicado em: PORTAS, N.; DOMINGUES, Á. e CABRAL, J. (2003) Políticas Urbanas - tendências, estratégias e oportunidades, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Granovetter, M.S. – “The Strength of Weak Ties” – Johns Hopkins University – American Journal of Sociology – Volume 78 Number 6, May 1973. <http://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/ajs.78.6.2776389>

Grossetti, M., “De dónde vienen las relaciones sociales? Un estudio de las redes personales en el área de Toulouse (Francia) “- REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales” - Vol.25, #1, Junio 2014 -<http://revista-redes.rediris.es> - Université de Toulouse Le Mirail, p.6.

Marques, T. Sá, “Lagarteiro: Redes de Actores e Processos de Aprendizagem” Inforgeo, Julho 2007, p.115-126.

Morin, E. (2008). Introdução ao Pensamento Complexo. Lisboa: Instituto Piaget, 5ª Edição.

Perroux, F. (1964), “A ideia de progresso perante a Ciência Económica do nosso tempo”, Análise Social I (2), Lisboa.

Presidência do Conselho – Gabinete da Área de Sines – 1971 - Estudo para Localização de uma Área Concentrada de Indústrias Base.

Ribeiro, J. Félix, Fernandes, L., Ramos, M.M. Carreira, “Grande Industria, banca e grupos financeiros (1953-1973) “Análise Social, 99, 1987, p. 945-1018.

Santos, A. Ramos - Desenvolvimento monopolista em Portugal (fase 1968-73) : estruturas fundamentais – Análise Social vol XIII (49), 1977- 1º, p.69-95.

Wallerstein et al. (1996). Comissão para a Reestruturação das Ciências Sociais - Para Abrir as Ciências Sociais. Lisboa: Publicações Europa América.

O IMPACTO DA COMUNIDADE E DA REDE SOCIAL NA EFICÁCIA DA REINserÇÃO DE PESSOAS COM CONSUMOS DE SUBSTÂNCIAS PSICOATIVAS

Paulo Amaral Santos^a, Sara Leite^a, Sofia Fernandes Silva^a, Flávia Ferreira^a,
Isabel Pinheiro^a, Lídia Rocha^a, Paulo C. Dias^{a,b},

^aCentro de Solidariedade de Braga/Projecto Homem

^bUniversidade Católica Portuguesa, Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

paulo.santos@projectohomem-braga.pt; sara.leite@projectohomem-braga.pt;
sofia.silva@projectohomem-braga.pt; flavia.ferreira@projectohomem-braga.pt;
isabel.pinheiro@projectohomem-braga.pt; lidia.rocha@projectohomem-braga.pt;
pcdias@braga.ucp.pt;

RESUMO

A intervenção com consumidores de substâncias psicoativas em contextos de reinserção, enquanto fenómeno complexo e multidimensional, requer uma rutura com o paradigma tradicional. Este é caracterizado pela fragmentação e sobreposição de respostas para os múltiplos problemas apresentados pelos sujeitos e contribui para a redundância e ineficácia das intervenções. Atualmente, a metodologia integrada, enquanto modelo concetual recomendado para a abordagem com esta população, aponta para uma intervenção colaborativa entre instituições e serviços que promovam a capacitação, autonomização e participação dos indivíduos. O Fénix, um projeto dirigido a indivíduos consumidores de substâncias psicoativas define-se como uma resposta alicerçada nos princípios do Plano Operacional de Respostas Integradas (PORI), na componente técnica para o eixo da Reinserção, tendo como parceiro a Câmara Municipal, em particular a Rede Social, sendo cofinanciado pelo Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências (SICAD), do Ministério da Saúde. O presente estudo pretende contribuir para o conhecimento e compreensão deste fenómeno por forma a provocar uma mudança de paradigma de intervenção com esta população. De um paradigma tradicional, para outro inovador, por via da implementação de respostas colaborativas, promotoras de desenvolvimento pessoal e inclusão, com a preocupação centrada nos recursos e na eficácia, considerando tanto os resultados como o seu impacto nos sistemas sociais. Emprega-se uma metodologia quantitativa aos profissionais da rede, através da aplicação de uma escala que visa conhecer a sua perceção relativamente aos processos de troca entre instituições parceiras.

Palavras Chave: Consumidores de Substâncias Psicoativas, Reinserção Social, Intervenção Social, Metodologia Integrada, Colaboração Interinstitucional

ABSTRACT

The social intervention with problematic drug users in reintegration contexts, while a contemporary, multidimensional and complex phenomenon requires a rupture with the traditional paradigm, often oriented towards fragmentation, lack of coordination, overlap and / or duplication of answers to the many problems presented by the individuals, contributing to the inefficiency and redundancy of interventions as well as for problem perpetuation. Presently, the integrated methodology as a conceptual model recommended as approach for this specific population points to a collaborative intervention between institutions and services which promote empowerment and participation of individuals, acting as an agent of change. Fénix, a project aimed to problematic drug users is a response based on the principles of Integrated Response Operational Plan (PORI), in the technical component for Social Reintegration, having as partner the City Council, in particular the social network being co-financed by the Intervention on Addictive Behaviours and Dependencies (SICAD) of the Ministry of Health. With this study we intend to make a contribution to knowledge and understanding of this phenomenon in order to the change of intervention paradigm with this population and encourage innovation by implementing collaborative responses, promoting inclusion and personal development with the concern focused on resources and efficiency considering the results and their impact on social systems in general. It is used a quantitative methodology to network professionals, through the application of a scale that aims to know their perception regarding the processes of exchange between partners.

Keywords: Problematic Drug Users, Social Reintegration, Social Intervention, Integrated Methodology, Interinstitutional Collaboration

Introdução

O presente artigo, realizado no âmbito do grupo de investigação, desenvolvimento e inovação do Centro de Solidariedade de Braga/Projecto Homem, tem como objeto de pesquisa a intervenção social com utilizadores problemáticos de drogas em contextos de reinserção. Adotando uma perspetiva de intervenção social, como a define Carmo (2011), enquanto um processo através do qual o sistema-interventor incorpora a função de servir de recurso ao sistema-cliente, envolve, portanto, uma interação entre agentes não apenas para a superação de um conjunto de carências, mas para promover uma mudança. No contexto particular deste trabalho, centramos na intervenção junto de utilizadores problemáticos de drogas, entendido como o último estágio de consumo e que se manifesta na existência de múltiplos problemas na vida dos sujeitos, sentidos, em primeira instância, na esfera individual, e que se repercutem e replicam a nível familiar, organizacional e comunitário. Dessa forma, reclamam de uma intervenção holística e integrada que envolva todos os agentes com participação no processo. No sentido de Vicente (2008) entendemos que uma intervenção interdisciplinar, concertada, globalizante e participada, menos assistencialista e mais integradora, responde com mais qualidade e de forma mais eficaz às necessidades dos grupos alvo.

No presente trabalho, realizado no âmbito do projeto de reinserção “Fénix”, no Concelho de Vila Nova de Famalicão, pretendemos avaliar a perceção dos profissionais que integram o sistema-interventor sobre o tipo de intervenção realizada na prática profissional com utilizadores problemáticos de drogas. Em que medida esta corresponde efetivamente ao concetual teórico desenhado e recomendado para a intervenção com esta população específica. Para isso, optou-se pela utilização de uma metodologia quantitativa recorrendo à aplicação de uma escala que permite conhecer o ponto de vista dos profissionais com intervenção nos processos dos indivíduos utilizadores de drogas.

1. A Intervenção Social – Do Modelo Clássico ao Contemporâneo

O conceito de intervenção social é adotado para referir um processo social em que uma dada pessoa, grupo, organização, comunidade ou rede social, a que identificamos enquanto sistema-intervento, se assume como recurso social de outra pessoa, grupo, organização, comunidade ou rede social, que apelidamos de sistema-cliente (Carmo, 2008). A intervenção social é um conceito que se refere às interações, dirigidas no sentido de ajudar o sistema-cliente a ultrapassar um conjunto de necessidades sociais, potenciando competências e estímulos e promovendo a mudança. Dessa forma, pode operacionalizar-se a nível micro, meso ou macrosocial, correspondendo respetivamente a uma escala individual, organizacional e aos sistemas sociais em geral (Carmo, 2011).

Na revisão da literatura, compreendemos como estes métodos têm sido classificados, sendo clara uma distinção entre os designados métodos clássico e alternativo. O método clássico inclui, método de intervenção nos casos, nos grupos e nas comunidades. O alternativo é também designado por método integrado, uma vez que remete para a integração entre os três métodos clássicos.

De acordo com Amaro (2009), a perspetiva mais conservadora da intervenção social, vigente até aos anos 60 do século XX, adota como métodos o caso, o grupo e a comunidade. Segundo a autora foi o despontar dos movimentos de reconceptualização do Serviço Social que rompeu com o paradigma clássico e avançou com uma proposta renovadora - o método integrado. Este método aponta para uma intervenção nas problemáticas em termos de escala, micro, meso e macro, ao invés da delimitação e classificação estanques características das correntes conservadoras.

Como se referiu em relação à mudança de paradigma na intervenção social, até à primeira guerra mundial vigorou na intervenção social uma resposta individualizante, proposta pelo método de casos e severamente marcada por um enfoque psicologista/individual (Carmo, 2010). O método de casos converteu-se, segundo Nuncio (2010), na principal estratégia de intervenção do Serviço Social na sua fase seminal. Este método apresenta como etapas cruciais o estudo, o diagnóstico e o tratamento. Estas etapas são entendidas como sequenciais e há pouca interação entre elas, podendo ser consideradas independentes. O método de intervenção nos casos é

casuística, personalista e concentrado na relação entre o indivíduo e o meio (Núncio, 2010).

Foi nos Estados Unidos da América que a evolução das metodologias na intervenção social se fez acompanhar de uma construção de conceitos próprios da disciplina, de uma intenção de expandir a sua atuação a campos inexplorados e de uma finalidade de adotar novos modelos. Deste movimento evolutivo surge o serviço social de grupos e ulteriormente o serviço social de comunidades (Moura, 2006).

Numa interpretação ligeiramente distinta da de Moura (2006), para Carmo (2010), no fim da primeira grande guerra constatou-se que a resposta proposta pelo método de casos não era suficiente para fazer face às necessidades decorrentes da guerra. As problemáticas emergentes do fim do conflito bélico exigiam uma resposta cabal com orientação para a intervenção com grupos como instrumento de educação social e cívica. Segundo o mesmo autor, a grande expansão do método de intervenção social com grupos ocorre posteriormente ao fim da primeira guerra mundial. Trata-se de uma metodologia concomitantemente individual e coletiva, uma vez que grupo se apresenta como uma estratégia para alcançar um duplo propósito. A promoção do desenvolvimento do próprio grupo e em concomitância o desenvolvimento de cada uma das suas partes constituintes, isto é, dos indivíduos que o compõem. As etapas desta metodologia são em tudo semelhantes ao método de casos, exigindo nomeadamente o estudo social do grupo, o diagnóstico social e o tratamento (Núncio, 2010).

No que concerne à emergência do método de intervenção social comunitária, este afirma-se no âmbito do serviço social a partir da segunda metade do século XX. Ganhou particular expressão e relevo com os movimentos de reconceptualização nos anos 70. A afirmação desta metodologia tinha como objetivo central a articulação eficaz entre as necessidades sociais existentes e os recursos disponíveis. Sendo a comunidade entendida como um sistema social no qual interagem grupos e indivíduos, na prática não se descarta neste tipo de intervenção as dimensões individual e grupal.

Segundo Dominelli (1997), as metodologias tradicionais da intervenção social utilizam estratégias de ação baseadas no sistema *Top-Down*, sendo o sistema-interventor a controlar a situação e a definir as mudanças esperadas no sistema-cliente. Daqui resulta um sistema monolítico, incapaz de dar resposta às reais necessidades do sistema-cliente. O método integrado vem precisamente colmatar estas lacunas apontando o

caminho para a flexibilização dos níveis de intervenção e para a capacitação do sistema-cliente. Em oposição aos métodos clássicos, orientados para as questões disfuncionais dos indivíduos e das sociedades, o novo método persegue as dimensões positivas dos tecidos sociais, numa perspetiva global, sem fazer delimitações estanques no que diz respeito aos distintos níveis de intervenção. Sendo assim, as problemáticas são equacionadas no âmbito das políticas sociais em termos micro, meso e macro. Esta metodologia propõe-se desempenhar uma função autonomizadora dos sujeitos, dos grupos e das comunidades e sociedades e o Serviço Social conduz a sua linha de atuação como agente de mudança, promotor de desenvolvimento individual e social (Núncio, 2010).

Com este propósito, a intervenção social holística e integrada na contemporaneidade requer que se ampliem horizontes interdisciplinares e se estimule a colaboração entre instituições (Vélez, 2003, citado por Camelo & Cifuentes, 2007). Metodologicamente, a intervenção integrada deverá contemplar o diagnóstico das necessidades do território ou da população, o plano de ação e a execução das atividades, a auscultação, participação e envolvimento da comunidade no processo e, por último, a avaliação de resultados. Em suma, emergem, com especial relevo no método integrado em intervenção social, a figura de gestor de caso e o conceito de colaboração institucional (Sousa *et al.*, 2007).

Daqui emergem conceitos cruciais para a caracterização da intervenção social e basilares para a problematização da intervenção social com utilizadores problemáticos de drogas. Referimo-nos em específico à colaboração interinstitucional e à metodologia integrada. A colaboração é definida por Taylor-Powell, Rossing e Geran (1998) como um processo através do qual diversos agentes com visões diferentes do mesmo problema exploram construtivamente as suas diferenças na procura de soluções que vão para além da sua visão parcelar, por via da construção de um sistema interdependente e de partilha de recursos comuns. E, no sentido de Gadja (2004), um número crescente de organizações aproxima-se naquilo que define como esforço colaborativo, enquanto método para fazer face e dar resposta a problemas sociais complexos, os quais seriam difíceis de enfrentar e solucionar através de intervenções independentes e atomistas. A colaboração institucional tem o potencial de produzir uma melhoria dos serviços prestados, com efeito ao nível da eficácia e da eficiência. Neste tipo de sistema, a

ligação entre organizações é fortalecida, as fronteiras entre elas são esbatidas, a fragmentação de serviços é reduzida e os clientes fluem mais facilmente entre serviços, através do encaminhamento e da referência. Como refere Carmo (2011), atingem-se as metas propostas através de uma otimização dos recursos e evita-se, designadamente, a sobreposição e duplicação de respostas para o mesmo sujeito, população ou problema social.

O processo colaborativo surge como um imperativo quando se programa e projeta uma intervenção compreensiva e integrada que vise responder de forma eficaz e eficiente às necessidades dos territórios e das populações. Segundo Thomson, Perry e Miller (2007) a colaboração interorganizacional emerge das interações entre organizações por forma a gerar novas estruturas organizacionais e sociais, num mundo, cada vez mais, em rede. Para os autores, a colaboração é um novo e distinto foco e promove uma forma eficiente de alocação de recursos escassos para atingir objetivos através de uma rede ou teia de organizações. Segundo Taylor-Powell, Rossing e Geran (1998), este processo de aproximação é constituído por quatro etapas. A primeira é a comunicação, que consiste em identificar e explorar interesses comuns ou divergentes entre serviços. A segunda é a contribuição, que corresponde à construção de confiança mútua e à partilha de obrigações, através de trocas entre instituições ou serviços que se apoiam mutuamente. A terceira é a coordenação, que implica limitar a duplicação de serviços e respostas através da coordenação de recursos, necessidades e atividades por forma a obter resultados mais eficientes. A quarta é a cooperação, que se entende como a construção de confiança mútua por via de desenvolvimento de trabalho conjunto, da identificação de interesses partilhados e de estabelecimento da conexão de recursos parcelares, com vista a atingir objetivos comuns. Por fim, a colaboração, que se define pela construção de um sistema interdependente na abordagem e prevenção do problema através da partilha de uma visão única e de recursos comuns.

De acordo com Thomson e Perry (2006), a colaboração está a impor-se como um imperativo às organizações devido a vivermos numa época de recursos escassos e de relações de interdependência crescentes. Para os autores a colaboração ocorre sempre que as organizações interagem pela via formal ou informal através de repetidas sequências de negociação, desenvolvimento e execução de compromissos. Assim, a colaboração é um processo sinérgico, no qual atores autónomos interagem, pelas vias

formal e informal da negociação, criando regras e estruturas que governam as suas ações de decisão relativas aos assuntos ou problemáticas que impulsionaram a aproximação entre eles. Só dessa forma se consegue dar resposta às necessidades de indivíduos com múltiplos problemas e múltiplas carências (Foster-Fishman *et al.*, 2001).

2. A Intervenção na Reinserção Social de Utilizadores Problemáticos de Drogas

A caracterização e a investigação sobre o perfil de utilizador problemático de drogas têm sido muito estudado do ponto de vista clínico e epidemiológico, procurando indicadores que possam indiciar o problema. Embora a formulação do conceito não seja consensual, algumas dimensões parecem suscitar maior consenso: o consumo compulsivo, o uso de heroína, o policonsumo, o consumo por via endovenosa e o consumo regular de longa duração. A questão coloca-se na “desordem do desejo, descontrolo do consumo, incontinência do ato – droga – problema” (Fernandes & Carvalho, 2000, p. 25). Para Negreiros (2002) e Fernandes (2012) a definição do utilizador problemático de drogas prende-se também com o risco de os indivíduos desenvolverem problemas físicos, como as doenças infecciosas, associadas, sobretudo, ao consumo por via endovenosa e/ou problemas psíquicos, como perturbações do comportamento, perturbações da ansiedade e perturbações do humor. Para além dos problemas individuais, também os problemas familiares, como as ruturas e a exclusão, os problemas financeiros, como o endividamento e a dificuldade em angariar dinheiro pelos meios legais para a manutenção dos consumos. Ainda, problemas sociais, como o desemprego, a exclusão da comunidade, a marginalidade, o trabalho sexual, a mendicidade, a delinquência, e, em última instância, a condição de sem abrigo. Situações que são agravadas pelos baixos níveis de escolaridade e o abandono escolar precoce, o desemprego e os trabalhos ocasionais, a incerteza em termos de alojamento e o risco da falta de abrigo, a dificuldade de acesso aos cuidados de saúde e a mortalidade associada a esta dimensão e às doenças infecciosas contraídas e a estigmatização social (OEDT, 2003). Ainda, segundo este organismo, as condições mais gravosas encontram-se entre os heroínómanos e os utilizadores crónicos de drogas. É a confluência dos seguintes indicadores nos indivíduos que reúne maior consenso para a construção da

definição de utilizador problemático de drogas: heroinómanos pela via endovenosa, com trajetórias de abuso e uso de longa duração de drogas, socialmente excluídos, marginalizados e estigmatizados, com estilos de vida não normativos que se dedicam na sua maioria a atividades delinquentes, à mendicidade e a “arrumar carros” (atividade ilegal fortemente penalizada nos discursos associados ao consumo de droga) como fonte de sustentação da dependência. As relações sociais, os pensamentos, as atitudes e os comportamentos destes indivíduos estão fundamentalmente centrados e focalizados na droga, fruto da compulsão para o consumo. Embora seja um fenómeno conhecido, é conhecida a complexidade da sua intervenção, seja ao nível do tratamento como da reinserção social.

Em particular a reestruturação e reedificação de vínculos sociais rompidos ao longo de percursos de desinserção emergem como desafios complexos na atualidade, sendo essencial o envolvimento da família e o restabelecimento das relações afetivas, a educação, o trabalho e formação profissional, a habitação, o lazer e tempo livre e a participação, cidadania e autonomia (IDT, 2007). A integração e inclusão dos sujeitos no âmbito dos tecidos sociais são os termos chave do processo de reinserção social.

Capucha (1998) refere que o processo de reinserção social passa também por estabelecer um projeto de vida, estruturar uma identidade social e edificar um autoconceito e uma autoimagem positivos, assim como ampliar e replicar redes de socialização, manter uma relação com as instituições e serviços e adquirir direitos, designadamente à saúde e à proteção social. Pretende-se que a reinserção se materialize num processo de reestruturação e desenvolvimento pessoal qualificante e capacitante cujo motor deverá o ser o próprio sujeito (alvo da intervenção). Este processo voluntário e reflexivo começa quando o utilizador de drogas toma a decisão de iniciar a sua recuperação. Isto significa que o início do processo não implica a abstinência de drogas e que o processo deve ser encarado como um processo global e globalizante, ou seja, não há lugar para uma visão sequencial e parcelar por fases, mas antes um processo transversal entre fases ou eixos de intervenção no âmbito do uso e abuso de drogas - como a redução de danos, a desabituacão física, o tratamento ou prevenção - e aprofunda-se quando o indivíduo começa a edificar a sua autonomia. É, em concomitância, um processo comunitário, na medida em que o sujeito está situado em

determinado contexto e o processo pressupõe a atuação também sobre esse meio. Desde logo, na articulação com os recursos locais.

A reinserção de utilizadores problemáticos de drogas é então, entendida como o processo transversal e continuado de afastamento do contexto de consumo de drogas e de rutura com comportamentos desviantes e marginais, por forma a concretizar a integração num outro contexto socialmente adequado. Esta conceção holística, com o envolvimento de vários atores, designadamente da família e outros nos diversos tecidos sociais (Arza & Comas, 2000), atua como forma de garantir resultados positivos no processo de reinserção. Uma intervenção atomista e espartilhada dificilmente responderá com sucesso a um fenómeno que se caracteriza por não ser linear apresentando múltiplas causas e consequências e definindo-se em várias e distintas dimensões.

Desde a criação em Portugal do primeiro programa nacional de luta contra as drogas (em 1987) que a reinserção social está prevista como vetor fundamental da estratégia de luta contra o uso de substâncias psicoativas, mantendo-se até à atualidade parte integrante e indissociável dessa estratégia. O Plano de Ação Contra a Toxicodependência 2009-2012 contempla, no âmbito da reinserção, o desenho de um modelo de intervenção, que preveja a figura do gestor de caso, a abordagem familiar e o acompanhamento integrado.

A intervenção preconizada no âmbito da reinserção tem subjacente a filosofia do método integrado em intervenção social. Assim, privilegiam-se as estratégias holísticas, a interdisciplinaridade e a colaboração entre áreas de missão, como a redução de danos, o tratamento e a prevenção, e entre instituições que concorrem para o mesmo objetivo. A influência do método integrado fica patente também na elaboração de um diagnóstico prévio à execução das atividades por forma a que cada intervenção seja adequada às necessidades e à situação do indivíduo para a racionalização e potencialização dos recursos disponíveis em função das respostas necessárias (IDT, 2009).

Uma metodologia comum e partilhada por todos os profissionais, que contemple a avaliação como fase fundamental do processo concorre, segundo o IDT, para a melhoria da eficácia e da eficiência da intervenção e é a chave para o sucesso dos percursos de reintegração social de utilizadores de drogas. A intervenção assente no método integrado traduz-se na estreita colaboração entre os parceiros com

responsabilidades na área geográfica ou no processo do sujeito, valorizando e potenciando o trabalho em parceria e a flexibilização de respostas. Desta forma, os utentes situam-se no centro de atuação dos serviços e consegue-se rentabilizar os recursos e respostas disponíveis, sendo usados de forma eficiente e evitando a duplicação e/ou sobreposição de respostas (IDT, 2009).

De sublinhar que o Plano Individual de Inserção, desenhado com o indivíduo no início do processo, deve contemplar, como dimensões incontornáveis, o acompanhamento sistemático do indivíduo e das famílias e a mediação social. A intervenção deverá pautar-se pela ação nos sistemas sociais (a nível micro, meso e macro) onde se inclui a família, as instituições e a comunidade, de modo a que estes sistemas e os agentes que o compõem sejam facilitadores e promotores dos percursos de reinserção dos utilizadores de drogas.

3. O projeto “Fénix”

O estudo foi desenvolvido no concelho de Vila Nova de Famalicão no âmbito do projeto “Fénix”, uma intervenção no domínio da reinserção social de pessoas consumidoras de substâncias lícitas e ilícitas, que visa a diminuição dos consumos, tendo em vista a abstinência e a prevenção de recaídas e pretende dotar estas pessoas de competências favorecedoras da sua plena inserção. Promove o desenvolvimento pessoal e a inserção profissional destas pessoas, sempre que o grau de dependência e desestruturação não comprometa a sua empregabilidade. Privilegia o trabalho em parceria e a valorização do trabalho em rede com as demais estruturas de apoio do concelho procurando atuar ao nível da mediação social, junto dos sistemas sociais, redes formais, organizações, entidades empregadoras e a comunidade em geral.

O projeto foi aprovado no âmbito do Programa Operacional de Respostas Integradas (PORI), em 2008, e privilegia uma metodologia e abordagem integrada no que concerne à intervenção que desenvolve junto dos grupos alvo em territórios identificados como prioritários. Esta medida é operacionalizada através da criação de Programas de Respostas Integradas (PRI) para cada território. Implica, portanto, uma mudança de paradigma na abordagem dos problemas relativos ao consumo de drogas principalmente implicando uma lógica que se define por território. A intervenção deverá

ser integrada e desenvolvida com vista a contribuir para a melhoria da qualidade, da eficácia e da eficiência das respostas orientadas para a intervenção na problemática das drogas bem como para uniformização concetual nos domínios da intervenção nesta matéria (IDT, 2006-2007).

Alicerçado na filosofia de projeto (Sousa *et al.*, 2007), o “Fénix”, foi desenhado na ótica do paradigma contemporâneo de intervenção social, baseando a sua atuação em conceitos fundamentais como a capacitação, a parceria, a integração, a participação e a avaliação orientando as suas ações para estratégias globais, conjuntas e concertadas com vista a dar resposta a problemáticas pluridimensionais.

4. Metodologia

4.1. Objetivos de pesquisa

Com o presente trabalho pretendemos avaliar as perceções dos profissionais que integram o sistema-interventor sobre a medida em que o tipo de intervenção realizada na prática profissional com utilizadores problemáticos de drogas efetivamente corresponde ao concetual teórico desenhado e recomendado para a intervenção com esta população específica. Para isso, estabelecemos como objetivos específicos: Avaliar se existe uma atuação integrada entre instituições/profissionais, isto é, se estes traçam objetivos comuns e planeiam em conjunto uma intervenção concertada; Conhecer o ponto de vista dos profissionais acerca da relação e processo de troca existente entre instituições no âmbito do trabalho que realizam na reinserção dos utilizadores de drogas; Avaliar se as relações e trocas entre organizações configuram a colaboração interinstitucional.

4.2. Procedimentos Metodológicos

Design, participantes, procedimento e instrumento

No que concerne ao objetivo de conhecer o ponto de vista dos profissionais implicados na intervenção com utilizadores problemáticos de drogas optámos por uma abordagem quantitativa através da aplicação de uma escala de avaliação da colaboração institucional. Neste caso, os sujeitos da pesquisa são os técnicos das organizações com intervenção direta no processo de reintegração social do grupo alvo deste estudo,

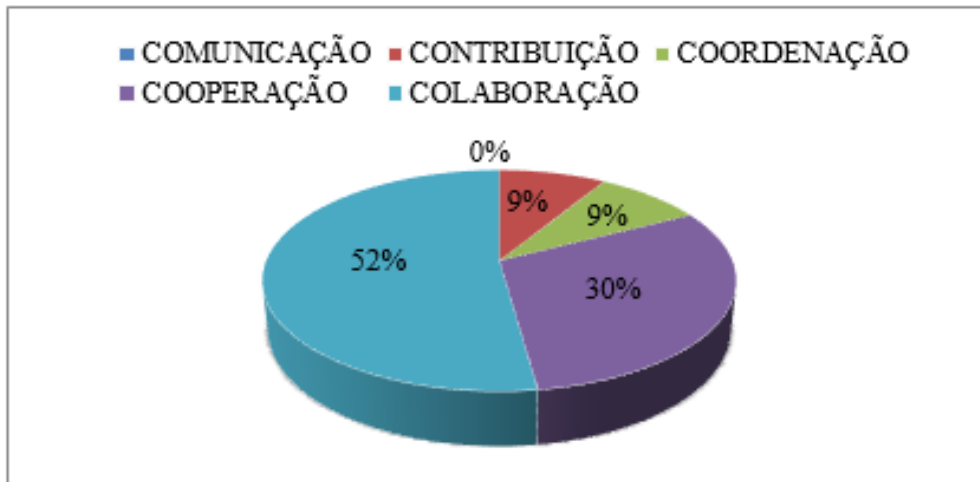
designadamente as instituições parceiras do projeto “Fénix”, que têm assento em sede de Rede Social de Vila Nova de Famalicão. Assim, participam no estudo 23 organizações. Os dados foram recolhidos através de uma escala, enviada via *e-mail* ao técnico de referência das instituições parceiras. Foram obtidas 23 respostas, no que diz respeito ao género, 3 entrevistados são do sexo masculino e 20 do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 25 e os 64 anos (M = 40,7 anos). No que concerne às habilitações literárias, 1 entrevistado concluiu o 3º ciclo, 13 possuem licenciatura e 9 mestrado.

A escala aplicada foi adaptada de Taylor-Powell, Rossing & Geran (1998) para o contexto nacional num estudo sobre parcerias na intervenção em situações de violência doméstica (Anexo nº 1). Intitula-se escala 5 C's e, através da mesma é possível conhecer a opinião dos parceiros do projeto acerca do processo de colaboração e conhecer de que forma classificam os processos de integração entre as organizações que representam. Os resultados obtidos foram analisados com recurso à ferramenta Microsoft Excel.

4.3. Apresentação e Discussão dos Resultados

De acordo com a orientação teórica desta pesquisa, como refere Gadjia (2004) a abordagem integrada e colaborativa é a forma mais eficaz de responder a problemas de abuso de drogas. Na atualidade, um número crescente de instituições está a reunir-se por forma a responder com eficácia a questões sociais complexas. Estas organizações recorrem à colaboração interinstitucional como metodologia fundamental para alcançar objetivos que, de forma isolada, não seriam exequíveis. A colaboração potencia o *empowerment* e união de sistemas fragmentados para responder a problemas plurifacetados.

Gráfico nº1 Percepção do tipo de trocas em parceiros



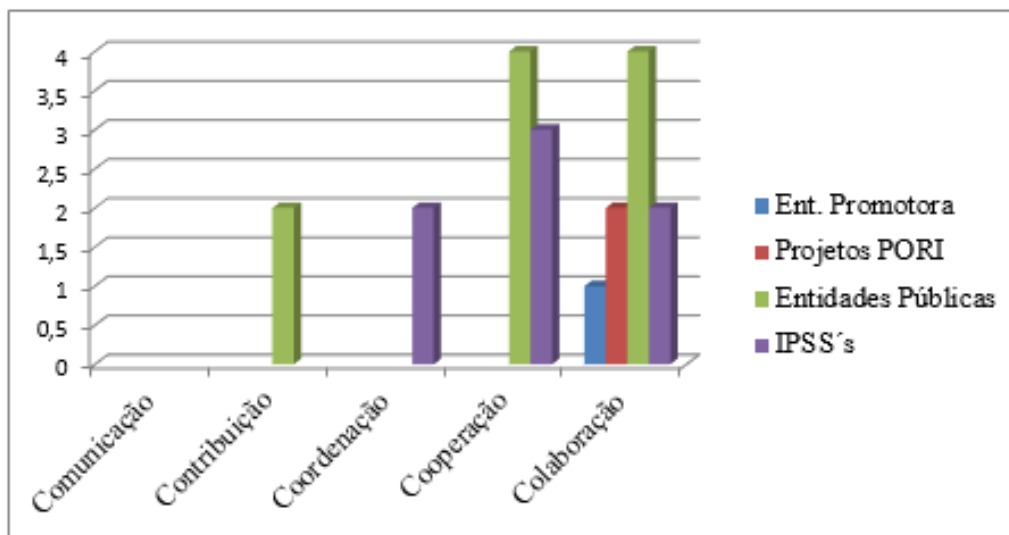
De acordo com as vantagens enunciadas na literatura, da análise do gráfico que se apresenta resulta a leitura de que a maioria das instituições parceiras do projeto, ainda que ligeira (52%) classifica o processo de trocas entre elas como colaboração. De sublinhar que quase metade (48%) não o classifica como colaboração, sendo que 30% elege a cooperação para classificar o processo de trocas entre si.

Podemos, a partir destes resultados, colocar duas hipóteses – que merecem um estudo mais aprofundado. A primeira hipótese decorre da teoria. Apesar de a colaboração surgir enunciada por 52 % dos inquiridos, muitos profissionais que trabalham em parceria não sabem, nem conhecem em profundidade o que significa a colaboração, não sabem se as ações desenvolvidas em conjunto constituem um processo colaborativo e não sabem se as relações de trocas entre parceiros são adequadas à partilha de uma visão conjuntam como deveriam ser (Gadja, 2004). A segunda hipótese sendo igualmente de cariz teórico, enuncia menos o desconhecimento acerca da ação social e mais a interpretação subjetiva dos diversos níveis de troca na intervenção envolvendo vários agentes. Aquilo que verdadeiramente distingue a coordenação da colaboração, de acordo com Taylor-Powell, Rossing e Geran (1998) é a adoção de uma visão partilhada. A hipótese que daqui emerge questiona se os agentes envolvidos num mesmo processo de intervenção (com um mesmo sujeito – utilizador problemático de drogas) possuem o mesmo entendimento acerca do que implica e do que compreende a intervenção coordenada e a intervenção em colaboração. Sousa e colaboradores (2007) também referem que os parceiros têm, na generalidade, falta de prática colaborativa no

âmbito dos seus processos de troca. Isto apesar de, muitas vezes, a multidimensionalidade dos fenómenos a requerer como imperativo de maneira a integrar todos os agentes envolvidos.

Os dados recolhidos através da escala dos 5 C`s foram posteriormente agrupados em função do tipo de entidade em causa. Assim, a entidade promotora é a organização responsável pela candidatura e coordenação dos projetos, as outras instituições sociais incluem 7 organizações; as entidades do poder local incluem 4 e na categoria dos projetos PORI incluímos um total de 2 projetos.

Gráfico nº2 Avaliação do tipo de troca entre entidades

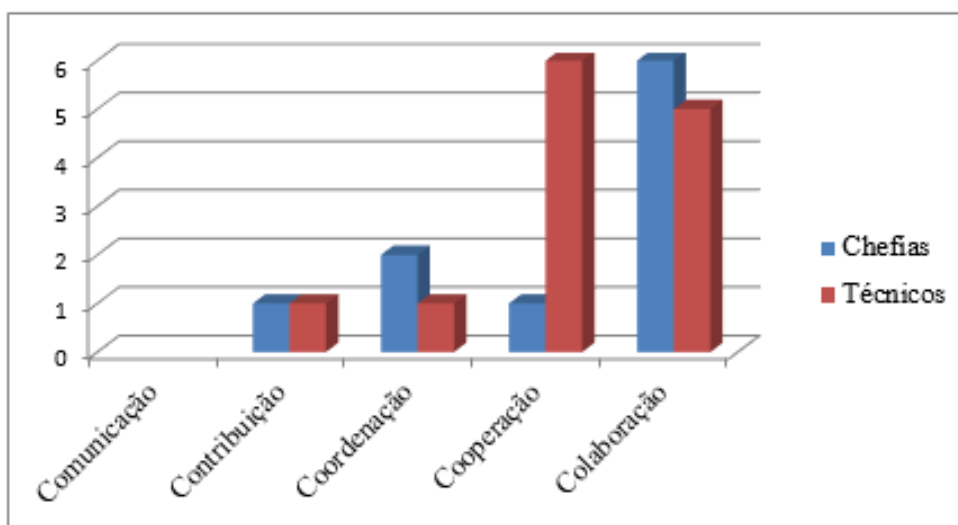


A análise do gráfico nº 2 evidencia que é exclusivamente no âmbito dos projetos que a colaboração é referida como o processo que melhor retrata os relacionamentos de troca entre entidades. Os dois projetos que atuam no território identificam-se com esta forma de troca. Este dado sugere que a intervenção por projeto, como referem Sousa e colaboradores (2007) está orientada para a abordagem integrada e para as parcerias ou modelos colaborativos. Nesta medida, a intervenção por projeto estimula relações firmes e efetivas entre parceiros através da partilha de objetivos e recursos, da circulação de informação e da ligação dos agentes. Tal como enuncia a teoria, o desenvolvimento do trabalho com base nesta abordagem gera coesão e sinergias e evita a duplicação e/ou sobreposição de respostas. Como se sabe, os programas europeus no contexto da intervenção social começaram a recomendar, a partir de 1992, a abordagem

por projeto e em parceria para responder a questões sociais revestidas de complexidade (Sousa *et al.*, 2007). No entanto, os dados revelam que esta recomendação não é seguida pela maior parte das entidades entrevistadas para esta pesquisa.

Daqui se conclui que a generalidade das instituições que intervêm com utilizadores problemáticos de drogas em contextos de reinserção do concelho de Vila Nova de Famalicão, muito provavelmente, pauta ainda a sua abordagem pelos padrões do paradigma clássico da intervenção social, tendencialmente assistencialista e promotor de dependência entre sistema-interventor e sistema-cliente, e centrado nos métodos tradicionais. Isto significa que (contrariamente ao que já ocorreu na intervenção por projeto) a introdução da abordagem integrada, enquanto elemento inovador ainda não teve lugar ao interno destas entidades e por conseguinte também não ocorreu a mudança esperada e recomendada de paradigma na intervenção social.

Gráfico nº3 Perceção do tipo de troca entre parceiros por função



A leitura do gráfico aponta para a hipótese de que os agentes envolvidos no mesmo processo de intervenção podem não possuir o mesmo entendimento acerca do que constitui a intervenção em colaborativa.

5. Conclusões

Dos resultados obtidos através da aplicação da escala 5 C's (Taylor-Powell, Rossing & Geran, 1998) concluímos que, apesar do sistema-interventor na generalidade considerar que a intervenção aponta para a colaboração, quase metade classifica-a como parcelar e não, portanto, colaborativa. Embora esta possa ser interpretada como uma questão de interpretação, admitindo que os agentes que compõem o sistema interventor ignorem que as ações desenvolvidas conjuntamente constituam um processo colaborativo, os resultados daqui emergentes revelam também que cada um dos agentes do sistema-interventor envolvidos num mesmo processo de intervenção tem um entendimento diferente acerca do processo de trocas que partilham. Uns entendem-no como intervenção coordenada, outros como contribuição e outros como colaboração. Estudos posteriores, recorrendo a metodologias mistas, podem ajudar a clarificar esta questão.

Emerge ainda como conclusão da aplicação desta escala, quando os dados recolhidos são agrupados em função do tipo de entidade, que no âmbito da intervenção por projeto o processo de trocas é classificado como colaborativo, sendo para a maioria das outras entidades percebido como um processo de cooperação. Estes dados sugerem que, muito provavelmente, ao nível da intervenção por projeto, já tenha ocorrido uma mudança de paradigma e que a intervenção seja pautada pela integração, enquanto elemento inovador na intervenção social. Ao invés, muito provavelmente, nas restantes instituições persistirá o recurso às metodologias tradicionais de intervenção social e manter-se-á ainda vigente o paradigma clássico.

Os dados obtidos do ponto de vista dos profissionais remetem-nos para a necessidade de reequacionar a forma como o modelo de intervenção está a ser desenvolvido na prática. As conclusões indicam a existência de um desfasamento entre o concetual teórico desenhado e recomendado para a reinserção de utilizadores problemáticos de drogas e a intervenção que é realizada na prática. A teoria recomenda uma intervenção integrada, assente em processos colaborativos entre entidades e/ou profissionais que promova a capacitação e ativação dos sujeitos, desenvolvendo as suas competências, responsabilização e capacidade de resolução de problemas, fomentando uma progressiva autonomia em relação aos serviços até uma integração plena nos

sistemas sociais. Contudo, o que se verifica na prática é ainda uma intervenção desatualizada, não conforme com o modelo contemporâneo recomendado para a intervenção social.

A intervenção vigente na prática com utilizadores problemáticos de drogas é ainda pautada por padrões tradicionais como a tendência para a heteronomia das decisões ao invés da autonomia desejável, o assistencialismo e consequente dependência dos serviços, a duplicação e/ou sobreposição de respostas, traduzindo-se estes padrões na falta de capacitação e *empowerment* do sistema-cliente, assim como no insucesso dos processos de tratamento e reinserção e frequentes recidivas nos consumos de drogas.

Esta iliteracia da intervenção que se manifesta em termos de política social no desfasamento entre o modelo teórico e o que é usado na prática deve provocar uma reflexão, no sentido de promover uma mudança de paradigma que se traduza numa resposta eficaz e eficiente e assente na racionalização dos recursos e no planeamento integrado da intervenção.

Bibliografia

- Amaro, M., I. (2009). Identidades, Incertezas e Tarefas do Serviço Contemporâneo. *Locus Soci@l* 2, 29-46.
- Arza, J. & Comas, D. (2000). *Exclusión y Integración Social*. Madrid: Grupo Gid.
- Capucha, L. (1998). Exclusão Social e Acesso ao emprego: Paralelas que podem convergir. *Sociedade e Trabalho*, 3, 61-69.
- Carmo, H., & Ferreira, M. M. (2008). *Metodologia Da Investigação Guia para Auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carmo, H. (2010). Rumos da Intervenção Social com Grupos no Início do Século XXI. In O. Barata (coord.). *Política Social e Sociologia*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa. Coleção Manuais Pedagógicos.
- Carmo, H. (2011). *Teoria da Política Social: Um olhar da Ciência Política*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Lisboa. Universidade Técnica de Lisboa. Coleção Manuais Pedagógicos.
- Dominelli, L. (1997). *Sociology for Social Work*. New York: Palgrave Macmillan.
- Fernandes, L., & Carvalho, M. C. (2000). Por onde anda o que se oculta: o acesso a mundos sociais de consumidores de drogas através do método do *snowball*. *Toxicodependências*, 6 (3), 17-28.
- Fernandes, L. (2012). Trabalhos da margem no centro da urbe: o arrumador de automóveis. *Etnográfica*, 6 (1), 5-30.
- Foster-Fishman, P. G., Berkovitz, S. L., Lounsbury, D. W., Jacobson, S., & Allen, N. A. (2001). Building Collaborative Capacity Coalitions: A Review and Integrative Framework. *American Journal of Community Psychology*, 29 (2), 241-261.
- Gajda, R. (2004). Utilizing Collaboration Theory to Evaluate Strategic Alliances. *American Journal of Evaluation*, 25 (1), 65-77.
- IDT (2006-2007). *Plano Operacional de Respostas Integradas: documento de Apoio*. Consultado em Janeiro de 2012, em: http://www.idt.pt/PT/PORI/Documents/Enquadramento/2008/12/PORI_Documento%20de%20Apoio.pdf.

- IDT (2007). *Manual de Boas Práticas em Reinserção (1º Caderno) Enquadramento Teórico*. Instituto da Droga e da Toxicodependência.
- IDT (2009). *Linhas orientadoras para a intervenção social: Modelo de Intervenção em Reinserção*. Lisboa: Instituto da Droga e da Toxicodependência.
- Manita, C. (2000). *Das descobertas privadas aos crimes públicos: evolução dos significados em trajetórias de droga – crime*. *Toxicodependências*, 6 (2), 17-31.
- Moura, H. (2006). *Serviço Social e Modelos de Intervenção: da sociedade industrial à sociedade do risco*. Tese de Doutoramento em Ciências de Serviço Social. Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar, Universidade do Porto, Porto.
- Negreiros, J. (2002). *Prevalência e padrões de consumo problemático de drogas – Relatório Apresentado ao Instituto da Droga e da Toxicodependência*. Porto: Universidade do Porto, faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Centro de Investigação em Psicologia do Comportamento Desviante.
- Núncio, M. J (2010). *Introdução ao Serviço Social História, Teoria e Métodos*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa, Coleção Manuais Pedagógicos.
- OEDT (2003). *Relatório Anual 2003: A Evolução do Fenómeno da Droga na União Europeia e na Noruega*. Consultado em Fevereiro de 2012, em: <http://www.emcdda.europa.eu/publications/annual-report/2010>.
- Sousa, L., Hespanha, P., Rodrigues, S., & Grilo, P. (2007) *Famílias Pobres: Desafios à Intervenção Social*. Lisboa: CLIMEPSI Editores.
- Taylor-Powell, E., Rossing, B., & Geran, J. (1998). *Evaluating collaboratives: Reaching the potential*, Madison, WI: University of Wisconsin-Extension.
- Thomson, A. M., & Perry, J. (2006). Collaboration Processes: Inside the Black Box. *Public Administration Review*, 20-32.
- Thomson, A. M., Perry, J. L., & Miller, T. K. (2007). Conceptualizing and Measuring collaboration. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 1-34.
- Vicente, P. (2008). A Gestão da Intervenção. In O. Barata (coord.). *Política Social*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa, Coleção Manuais Pedagógicos.

ANEXOS

Os termos parceria, cooperação, articulação, colaboração têm vindo a ser usados para transmitir diferentes ideias.

O senso-comum entende o termo parceria ligando-o à parceria público-privado e não tanto à parceria entre instituições e serviços, desenvolvendo um trabalho em rede que gere sinergias e evite a sobreposição de recursos e de esforços por cada uma das instituições, serviços e/ou profissionais.

Considerando que existem diferentes graus de profundidade nos relacionamentos de troca, o que se ‘partilha’ podem ser perspetivas ou pontos de vista sobre um tema, necessidades, recursos, processos de intervenção, e/ou resultados.

Os processos de integração e os graus de partilha entre os parceiros que constituem uma parceria podem corresponder a um de cinco ‘C’: Comunicação; Contribuição; Coordenação; Cooperação; e Colaboração.

Pensando no Projeto Fénix, qual dos 5 C’s pensa que se aplica melhor?

O objetivo é classificar o processo de parceria a partir da opinião dos próprios parceiros que nele participam.

Assinale, **por favor, apenas uma** das opções.

Opinião	Processo de Troca entre Parceiros	Finalidade
	Comunicação	Identificar e explorar interesses (comuns e em conflito) entre serviços, através de diálogo e da compreensão mútua, com base em informação disponível (por exemplo, estatísticas e informação sobre os consumos de drogas).
	Contribuição	Construir confiança mútua e aprofundar a partilha de obrigações, através de trocas entre serviços que se apoiam mutuamente quando é necessário.
	Coordenação	Limitar a duplicação de serviços através do encontro e coordenação de necessidades, de recursos e de atividades; Ajustar as atividades para obter resultados mais eficientes e eficazes.
	Cooperação	Construir confiança mútua através do desenvolvimento de trabalho conjunto, da identificação de interesses partilhados e da ligação de recursos parcelares para alcançar objetivos comuns a todos os envolvidos (parceiros).
	Colaboração	Construir um sistema interdependente na abordagem aos problemas do consumo de drogas e nas oportunidades de fazer uma melhor intervenção para intervir no problema, através da partilha de uma visão única e de recursos comuns a todos os parceiros.

Fonte: Taylor-Powell; Rossing & Geran (1998)

Idade: _____

Habilitações Literárias: _____

Função: _____

A (IN)SUSTENTABILIDADE DO FUTURO À MESA: DESAFIOS, REDES COLABORATIVAS E AGENDAS COMUNS EM TORNO DO PROCESSO DE RELOCALIZAÇÃO DOS SISTEMAS ALIMENTARES

SARA ROCHA, Universidade de Coimbra
correiosararocha@gmail.com

CRISTINA ALBUQUERQUE, Universidade de Coimbra
crisalbuquerque@fpce.uc.pt

Resumo

De que modo novas formas de governança local e da organização em rede de recursos e colaborações podem construir soluções transformativas para os problemas do sistema alimentar global ao nível local? Partindo do diagnóstico das fragilidades e dos paradoxos do sistema alimentar global, revelados pela crise alimentar de 2008-09, o presente trabalho explora a proposta conceptual de relocalização económica aplicada aos sistemas alimentares. A utilização de uma noção de sistemas alimentares locais enquanto redes colaborativas permite colocar no plano dos atores locais e das suas dinâmicas a discussão em torno das diferentes formas que a relocalização pode assumir e encontrar pistas que permitam ultrapassar as limitações inerentes ao localismo enquanto “armadilha local”. A comunicação discutirá estes aspetos e apresentará os pressupostos de uma investigação em curso centrada nas percepções de agentes locais sobre as possibilidades, vantagens e constrangimentos de uma rede alimentar local na região de Coimbra.

Palavras-chave: localismo; redes colaborativas; relocalização económica; sistema alimentar local.

Abstract

How can new forms of local governance and networks of collaboration and organization of resources build transformative solutions for the problems of the global food system on a local level? Starting from the diagnosis of the fragilities and paradoxes of the global food system revealed by the 2008-09 food crisis, this paper explores the conceptual proposal of economic relocalisation applied to food systems. The use of a notion of local food systems as collaborative networks allows to discuss the different ways that relocation can take place and find ways to overcome the inherent limitations of localism as a "local trap", in the context of local actors and their dynamics. The communication will discuss these aspects and present the assumptions of an ongoing research centered on the perceptions of local actors about the possibilities, advantages and constraints of a local food network in the region of Coimbra.

Keywords: localism; collaborative networks; economic re-localization; local food system.

1. Fragilidades e paradoxos do Sistema Alimentar Global

A crise alimentar de 2008-2009 colocou “em cima da mesa” política e científica questionamentos prementes sobre a sustentabilidade do Sistema Alimentar Global (SAG) assente no sistema macroeconómico dominante. Um conjunto de efeitos combinados de competição pelos recursos para produção de combustíveis e alimentação, reservas baixas de cereais, preços elevados do petróleo, especulação dos mercados e uma série de anos de secas, (Holt-Giménez, 2011; Rieff, 2016), tornaram visíveis as fragilidades do actual SAG face a crises económicas, ambientais e sociais. Naquele período, o *stock* mundial de cereais chegou aos níveis mais baixos desde a década de 70 do séc. XX e os preços dos alimentos básicos dispararam de forma brutal aumentando os números da fome (DeSchutter e Cordes, 2011) e da pobreza alimentar (Davis e Geiger, 2017) em todo o mundo.

O SAG contribui para grande parte da pressão humana actualmente exercida sobre os ecossistemas, com influência sobre o agravamento das alterações climáticas, na produção de danos irreversíveis que levam à redução da água potável disponível, a progressiva restrição da biodiversidade, entre outros. Uma revisão da literatura revela o diagnóstico de uma relação profundamente intrincada entre o funcionamento do actual SAG e as alterações climáticas, e cujas dinâmicas aprofundam ou geram novos problemas. Em particular, o modelo agroindustrial é apontado como uma das principais causas das alterações climáticas (Garnett, 2008; Nelleman, et al., 2009; DeShutter, 2012). Por um lado, devido à elevada dependência de combustíveis fósseis, quer no uso de pesticidas e fertilizantes enquanto *inputs* na fase de produção, quer na sua queima para efeitos de distribuição dos alimentos, importação e exportação, libertando grandes quantidades de dióxido de carbono (CO₂). Por outro lado, a transição de dietas tradicionais para outras baseadas no consumo de produtos processados e de origem animal, gerou um aumento da produção de carne, principal sector responsável pelo aumento das emissões de metano (CH₄). Estes dois componentes são dois dos principais causadores do aumento do efeito de estufa. Em simultâneo, a agricultura (não só a de escala industrial, mas também a agricultura familiar e camponesa) constitui um dos setores mais afetados pela disrupção de eventos climáticos extremos, os quais, por sua vez, geram também efeitos sobre a segurança alimentar global. Ainda assim, estas

externalidades ambientais, e também as sociais (dos custos humanos da mão-de-obra barata) não se refletem na fatura que os consumidores pagam pelos seus alimentos. Lucas dos Santos (2008) analisa este efeito de *dumping* como uma ocultação da dimensão da produção dos alimentos face à dimensão do consumo, esta última mais visível para a maior parte das pessoas, que raramente têm oportunidade de conhecer o “outro lado” das suas escolhas alimentares quotidianas.

Um exemplo que demonstra bem a ligação intrincada entre estas causas e efeitos prende-se com as migrações forçadas devido a eventos climáticos extremos: se em 2012, cerca de 30 milhões de pessoas foram forçadas a migrar, quer direta, quer indiretamente, devido a causas climáticas, calcula-se que em 2050 sejam cerca de 100 milhões de pessoas a migrar forçadamente, com grande probabilidade, para zonas urbanas onde irão procurar melhores condições de vida (Downing e Butterfield, 2012), mas onde frequentemente acabam por engrossar os números da pobreza urbana. A par deste fenómeno, previsões demográficas apontam para que, em 2050, cerca de 70% da população mundial esteja a viver em zonas urbanas (UN, 2010). De acordo com o Relatório do IPCC de 2014, o grupo de “consumidores urbanos”, porque tende a consumir alimentos básicos comprados e não a produzi-los, apresenta maior vulnerabilidade aos impactos negativos da subida de preços dos alimentos devido a causas climáticas (Porter, et al., 2014). Esta vulnerabilidade prende-se com o aumento da escala das “bacias alimentares” (*foodsheds*), ou seja, a terra que suporta a produção alimentar para uma região ou uma comunidade (Blum-Evitts, 2009) e, assim, do aumento crescente das distâncias entre o local de produção e o local de consumo dos alimentos (*foodmiles*). Outrora de escala local, hoje de escala global, este aumento cria uma grande dependência das áreas urbanas quanto ao seu abastecimento alimentar e, assim, a vulnerabilidade aos choques económicos, aos conflitos sociais e à imprevisibilidade das alterações climáticas.

Se atendermos a estes dados colocam-se então questões prementes sobre a sustentabilidade do sistema alimentar, com influência em diversas áreas como o planeamento urbano, a formulação de políticas sociais e na área da agricultura, da habitação, entre outras.

A par das fragilidades até aqui apresentadas, de forma muito sumária, o atual sistema alimentar encerra em si alguns paradoxos¹ que reforçam a necessidade de questionar e repensar as suas fundações e o seu funcionamento. Um paradoxo consiste na existência de biliões de toneladas de alimentos desperdiçados e perdidos todos os anos em todo o mundo (FAO, 2011b), enquanto milhões de pessoas continuam a morrer de fome. Outro paradoxo emerge da coexistência entre o aumento de doenças relacionadas com dietas muito calóricas (obesidade, doenças cardiovasculares, alguns tipos de cancro e outras) e a fome. Estas contradições aprofundam-se quando tais doenças ocorrem a par da “fome escondida” (*hidden hunger*)², expressão que designa a insuficiência de micronutrientes (sobretudo vitamina A, iodo e ferro), um fenómeno de expressão global devido, entre outros factores, à redução da diversidade das dietas e ao consumo crescente de produtos alimentares processados. Um terceiro paradoxo reside na coexistência da fome com o desvio de grande parte dos cereais produzidos para a produção de biocombustíveis e alimentação para a indústria pecuária (para englobar todas estas funções será mais correcta a designação de sistema “agro-alimentar”, pois hoje a agricultura não se restringe à produção de alimentos para os seres humanos). Um exemplo recente deste paradoxo é a crise alimentar de 2008, em que apesar de ter sido um ano recorde na produção de cereais, os números de pessoas a sofrer de fome aumentaram drasticamente (Vivas e Montagut, 2011; Holt-Giménez, 2011; DeSchutter e Cordes, 2011). Vários trabalhos apontam que o problema não foi uma situação de escassez de alimentos, mas sim o resultado de grande parte dos cereais estar a ser utilizada para a produção de biocombustíveis, dados os preços elevadíssimos que o petróleo atingiu nesse ano (Vivas e Montagut, 2011; Holt-Giménez, 2011). Um outro paradoxo tem que ver com o esvaziamento das economias e culturas dos territórios locais associadas aos ciclos alimentares, e a simultânea concentração de riqueza num número muito reduzido de empresas multinacionais de produção, processamento e distribuição alimentar. A distribuição desigual da riqueza no sistema alimentar global

¹ São muitas as fontes de informação que permitem constatar a paradoxalidade multidimensional do actual sistema alimentar global. A ideia de uma sistematização em diferentes paradoxos surge a partir da comunicação de Boaventura Mojané, no âmbito do Seminário “A complexa tarefa de alimentar o mundo: entre as propostas dominantes e as alternativas populares”, realizado a 17 de Março de 2017, no Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.

² Contrariamente ao que pode sugerir a tradução para o português, “fome escondida”, a expressão não remete para um fenómeno semelhante à “pobreza escondida”, mas sim à carência fisiológica de micronutrientes.

tem sido ilustrada pela imagem de uma ampulheta, em que a base, composta pelos consumidores, é drasticamente mais larga que a parte superior da ampulheta, onde se concentra o poder e a riqueza de um número reduzido de agentes económicos do sistema alimentar (ver exemplos em Carolan, 2012). Outras imagens como a árvore ou o funil têm sido utilizadas para ilustrar a fragilidade do sistema alimentar, representando a sustentação de biliões de consumidores (a copa da árvore) com base num número muito reduzido de agentes produtivos.

Tais paradoxos levam-nos a questionar, se o atual sistema alimentar global tem sido desenhado para alimentar uma população crescente, então porque persiste a fome? Porque produz tantos novos problemas e parece incapaz de os neutralizar? A resposta a estas questões obriga a alargar a discussão para o âmbito do campo do desenvolvimento, onde se compreende que a evolução do sistema alimentar ao longo do tempo tem sido profundamente influenciada pelo processo de evolução da própria política económica e da sua ligação com os vários setores de atividade do ciclo alimentar. Nas últimas seis décadas, esta evolução tem ocorrido a um ritmo muito mais rápido e com maior complexidade. A evolução do conceito de segurança alimentar é disso exemplo. O seu surgimento (início da segunda metade do século XX) começa com uma noção associada à disponibilidade de alimentos, dando ênfase à necessidade de produzir para a auto-suficiência, dado o contexto de pós-guerra em que os países procuravam investir na reconstrução das suas economias nacionais e em sistemas alimentares que lhes permitissem fazer face a bloqueios políticos gerados em fases de conflito. Esta assunção de que é necessário produzir cada vez mais alimentos para que a produção supere o crescimento populacional reflete uma influência histórica dos trabalhos pioneiros de Robert Malthus (*An essay on the Principle of Population*, 1803) sobre população e demografia, onde a miséria e a fome, surgiam como fenómenos naturais e mesmo funcionais já que permitiam controlar o crescimento populacional. Apesar desta perspetiva ter sido duramente questionada em longos e veementes debates (Sen, 1981; Lappé, Collins e Rosset, 1998), e de muitos avanços efetivos terem sido conseguidos, esta concepção de segurança alimentar fortemente associada ao aumento da produção mantém-se ainda hoje subjacente a muitos discursos e propostas de intervenção de carácter desenvolvimentista e de modernização.

Uma análise sobre a relevância e os significados que a fome assume hoje, ajuda a compreender parcialmente a subsistência destas concepções. Uma análise da profusa literatura sobre a fome permite-nos compreender que este é um tema tabu (Castro, 1984), difícil de admitir (Dowler e Lambie-Mumford, 2015), sobretudo quando a fome aparece “no nosso quintal” (Costello, 2007), e de aceitar em contextos democráticos e de opulência material (Paugam, 2003); uma carência dissimulada devido ao medo de se perder o estatuto social (Bourke, 2005), um fenómeno anacrónico que evoca um passado “arcaico”, “pouco desenvolvido” e que se deseja longe (Edkins, 2000). Estas ideias da “psique coletiva” tornam a fome um problema intolerável, resultando na remissão da sua definição, da procura das suas causas e resolução para o campo da ciência e da técnica. Deste modo, a fome é despolitizada, retirando-a do fórum público de discussão e remetendo-a para a competência dos “peritos” (Edkins, 2000).

Todavia, diversos autores têm apontado que as causas da fome são mais profundas: mais que uma questão de produção alimentar insuficiente, trata-se de pobreza (Sen, 1981; DeShutter, 2012) de desigualdades na distribuição da riqueza do sistema alimentar; da predação e privatização dos recursos naturais que impedem os povos de poderem produzir os seus alimentos (Vivas e Montagut, 2009, p.26); de falta de poder e de “escassez de democracia” (Lappé, Collins e Rosset, 1998, p.4).

2. A proposta da realocização económica dos sistemas alimentares

A premência dos problemas ecológicos que hoje se colocam determina que o campo do desenvolvimento seja não só relativo à prosperidade humana, nas esferas económica e social, mas que integre a dimensão ambiental, o cuidado com o planeta-casa (*ecos*), e as relações sinérgicas deste com a economia quotidiana dos seres humanos. A crise alimentar de 2008-2009 trouxe novos questionamentos sobre a “segurança” do sistema alimentar global e sobre as opções seguidas em termos das atuais agendas programáticas e dos debates teóricos em torno do futuro do desenvolvimento. As evidências da insustentabilidade do sistema alimentar global impelem à construção de novas formas de pensar e agir no que toca à forma como se produzem e consomem os alimentos, e também às escolhas e comportamentos individuais e coletivos. Inúmeros movimentos e iniciativas da sociedade civil têm

desenvolvido este trabalho, em resposta a episódios marcantes de fome e pobreza, de denúncia de desigualdades intoleráveis, e também, de problemas ambientais graves relacionados com o modelo agroindustrial. É o exemplo do conceito de “justiça alimentar” (*food justice*), com origem nos EUA, a partir da experiência de zonas marginalizadas marcadas pelo racismo e pobreza, em que as populações não têm condições para aceder a alimentos adequados. Num outro quadrante, a perspectiva da “Soberania Alimentar”, cuja proposta remonta ao movimento de camponeses, agricultores e organizações da *Via Campesina*, e que desde os anos 90 têm vindo a denunciar as consequências das políticas neoliberais como a desvalorização dos camponeses e do papel da agricultura familiar enquanto uma das principais causas do empobrecimento das populações rurais. Em contraponto, propõem o direito dos povos em decidir o que cultivar, como comercializar, o que destinar ao mercado interno e ao mercado externo e controlar os recursos naturais, sendo a principal motivação para a realocização o controlo democrático sobre “a oferta local de alimentos face à «comodificação» global” (Feenstra e Campbell, 2014, p.1346, tradução própria), como via para contrariar a crescente concentração de poder económico sobre o sistema alimentar global por parte de um número muito reduzido de corporações económicas.

Em todo o mundo, inúmeras iniciativas da sociedade civil, de entidades públicas e trabalhos académicos debruçam-se hoje sobre a procura e construção de outras formas de viver³. Em Portugal, verifica-se também um número crescente de estudos, dissertações e outros trabalhos académicos sobre iniciativas que procuram outros caminhos para o desenvolvimento, explorando as “alternativas”, as “inovações sociais” ou “inovações socioecológicas”, entre outras designações⁴.

Grande parte destes “novos” conceitos, práticas e abordagens debruçam-se sobre o uso dos recursos alimentares, com grande enfoque na realocização dos diferentes processos do ciclo alimentar, propondo princípios locais em articulação com princípios

³ Alguns exemplos são a proposta epistemológica e técnica da Agroecologia (Eric Holt-Giménez, Miguel Altieri, Stephen Gliessman, Francisco Caporal), a filosofia e sistema de *design* da Permacultura (Holmgren e Molison; Looby Macnamara), a rede de *Transition Towns* (Rob Hopkins), a *Slow Food*, as Associações pela Manutenção da Agricultura de Proximidade (AMAP's), os Circuitos Curtos Alimentares, a nova geração de Cooperativas Integrais, projectos de Economia Solidária, e inúmeros empreendimentos de redes e associações de desenvolvimento local, etc.

⁴ A este propósito vejam-se os trabalhos do projecto CATALISE (<http://redeconvergir.net/catalise>); do projecto “Integrar para Alimentar” (<http://alimentarsinerias.org/>); e as iniciativas de Soberania Alimentar em Portugal visitadas pelo CIDAC (<https://www.cidac.pt/index.php/o-que-fazemos/centro-de-recursos/documentacao/dossies-de-informacao/visitas-de-campo-descoberta-da-soberania-alimentar-em-portug/>).

globais, novos arranjos das economias locais para responder às necessidades humanas de forma resiliente e adequada, e críticas (em diferentes graus) a abordagens lineares de desenvolvimento e de sustentabilidade. Uma característica comum a estas iniciativas e às discussões académicas sobre as mesmas é a forte conexão atribuída à “localização” dos sistemas alimentares e a promoção de sustentabilidade ambiental e de justiça social. A “produção local” e o “consumo local” são apresentados como forma de superar algumas das limitações problemáticas do sistema alimentar globalizado. De uma forma geral, aquelas propostas têm subjacente um processo de “relocalização económica” dos sistemas alimentares, propondo uma nova valorização, e significação, da escala local.

Num esforço de sistematização e operacionalização do conceito de relocalização económica, Monteiro (2012) atribui as raízes do conceito aos trabalhos teóricos de autores de diversos quadrantes temáticos que têm abordado a temática da vitalidade das economias locais. Partindo do diagnóstico dos efeitos nefastos do modelo económico neoliberal, é proposta uma noção híbrida de economia local (para além da divisão dicotómica entre economia capitalista e economia socialista) que procura abrir espaço à construção de novos arranjos económicos entre diferentes actores locais. Sob a finalidade de restaurar o controlo das comunidades, regiões e nações sobre as suas economias, bens e serviços devem ser produzidos, sempre que possível, através do uso de recursos locais. A ordem preferencial de resposta às necessidades será partindo da escala local, regional, nacional e, se necessário, internacional. Pretende-se assim (re)construir uma economia local ancorada na comunidade. A relocalização pode ser desenvolvida por diferentes actores: pequenas e médias empresas, cooperativas, instituições públicas, organizações sem fins-lucrativos e outros actores com atividade ancorada na comunidade. De notar que não se pretende com esta proposta eliminar o comércio internacional, isolar os territórios ou procurar a auto-suficiência, mas antes estimular mudanças que permitam fortalecer e diversificar as economias locais e nacionais e, assim, reduzir o poder das grandes corporações (Monteiro, 2012).

Não obstante a aliciante proposta de transformação que a relocalização económica nos traz, é importante encarar com precaução qualquer julgamento apressado de que “o local” é sempre bom. North (2010) acautela a necessidade de atender a que, a dado momento, devido à inevitável redução de combustíveis fósseis disponíveis, irá ocorrer obrigatoriamente uma reversão da escala global da economia para escalas mais

reduzidas. Neste sentido, o autor distingue dois tipos de realocização: a “relocalização imanente”, enquanto evolução natural do capitalismo, assumindo formas e escalas que se adequem às exigências de sustentabilidade ecológica, mas que dão continuidade ao actual modelo macroeconómico dominante (*idem*); e em oposição, a “relocalização intencional”, um movimento provocado de reconstrução profunda das economias locais, que resulta de um compromisso com o questionamento crítico dos problemas, perseguindo valores de justiça social e ambiental. Esta distinção trazida por North oferece um marco de ponderação sobre o carácter e capacidade transformativa, ou não, das inúmeras propostas de mudança social que hoje se observam. Ser “local” não é, *per se*, sinónimo nem garantia de que o projeto proposto seja capaz de resolver os problemas, uma vez que os seus resultados são contextuais e dependem antes das agendas de compromissos valorizados entre os actores de uma dada economia.

Uma outra reflexão crucial que pode apoiar a avaliação da capacidade transformativa destes empreendimentos locais prende-se com a distinção entre o conceito de realocização e o conceito de localismo. Enquanto este último se refere à reivindicação do poder ao nível local, e tem subjacente um princípio de organização política que reclama a descentralização do poder para a escala local, já a realocização económica diz respeito a um processo de reorganização socioeconómica, comprometida com o questionamento do paradigma do crescimento infinito em que se baseia o modelo económico neoliberal e com os seus impactos humanos e ecológicos. Apesar do processo de realocização económica poder beneficiar das reivindicações do localismo para a sua concretização, no entanto, este pode ocorrer dentro daquele paradigma, reproduzi-lo ou até gerar novos problemas. Alguns autores têm classificado este localismo como uma “armadilha local” (Purcell, 2006), uma “derivação acrítica do localismo” (González, Moulaert e Martinelli, 2010), pois pode incorrer num “localismo existencial” que assume que todos os problemas do território local podem e devem ser resolvidos com os seus próprios recursos, assumindo-o como suficiente *per se* e exacerbando o poder dos seus agentes. Este posicionamento carrega alguns problemas na medida em que não admite a forte interligação sinérgica entre a escala local e a escala global em termos de estratégias e mecanismos de desenvolvimento. No âmbito do estudo ALMOLIN (*Alternative Model of Local Innovation*) González, Moulaert e Martinelli (2010), apontam que inovações sociais ocorridas a nível local podem

influenciar processos de ordem global, ou que uma iniciativa local pode ganhar escala e disseminar-se a uma escala regional ou nacional. Os autores propõem que qualquer iniciativa de âmbito local está inevitavelmente integrada em âmbitos geográficos mais abrangentes, em contínua reestruturação, e que, como qualquer outra escala, o “local” é socialmente e politicamente produzido, não sendo detentor de uma natureza inerente mas sim construída, uma “janela” aberta para outras escalas.

3. Sistemas Alimentares Locais como Redes Colaborativas: agendas comuns, atores, desafios, e a necessidade de um *localismo reflexivo*

A partir da proposta da realocação económica pretende-se agora compreender de que forma este processo tem sido conceptualizado e discutido no campo dos sistemas alimentares. A literatura sobre os sistemas alimentares locais (SAL) tem hoje uma enorme vitalidade, reflectindo uma crescente convergência de diferentes áreas do saber.

Antes de mais, importa esclarecer o que se entende por sistema alimentar. De acordo com a FAO (2011a), um sistema alimentar inclui todos os processos biológicos, ou agrobiodiversidade, e as infraestruturas físicas envolvidas nas diferentes etapas do ciclo alimentar alimentação, nomeadamente, cultivar, colher, processar, embalar, transportar, *marketing*, transporte, consumo e tratamento de resíduos. Inclui também os *inputs* necessários e os *outputs* gerados em cada uma dessas etapas. Um sistema alimentar opera dentro de e é influenciado por contextos sociais, políticos, económicos e ambientais. Também requer recursos humanos que proporcionem trabalho, investigação e educação. Um sistema alimentar é derivado e interage com o ecossistema em que está localizado: o ambiente biológico que consiste em todos os organismos que vivem numa área específica (constituindo a biodiversidade da área), bem como todos os componentes físicos não vivos (abióticos) do meio ambiente com que os organismos interagem, como o ar, solo, a água e luz solar.

Os principais atores dos sistemas alimentares são assim: os produtores primários (agricultores e produtores); os fornecedores de meios (sementes, composto, agroquímicos, etc.) (*input suppliers*); os comerciantes; os processadores ou fabricantes (conservação e transformação dos alimentos), os grossistas e retalhistas, os trabalhadores, os restaurantes, cafetarias e cantinas (*caterers*), os “comedores”, os

consumidores (os que podem escolher os produtos que querem consumir) e, por fim, os governos, os legisladores e os *lobbyists* do setor alimentar.

Transpondo agora para a escala local, Feenstra e Campbell (2014), partindo de uma revisão da literatura temática, definem os sistemas alimentares locais, ou regionais, como:

Redes colaborativas que integram a produção, processamento, distribuição, consumo e gestão de resíduos alimentares de forma sustentável de forma a melhorar ou otimizar a saúde ambiental, económica e social de um lugar particular. Estas redes reflectem o crescente interesse público em restaurar as conexões vitais entre a agricultura, a alimentação, o ambiente e a saúde. As redes alimentares locais e regionais envolvem um conjunto amplo de parceiros da comunidade em projectos de promoção das economias alimentares de base local e auto-suficientes (p.1345, tradução própria).

Com esta definição, os autores abordam os SAL do ponto de vista das redes, ou seja, enquanto um conjunto de atores que estabelecem relações entre si (Wasserman e Faust 1994), de carácter colaborativo, em torno da restauração da saúde dos diversos componentes do SAL. Woolf (2009) define a colaboração como “um grupo de indivíduos e organizações com um interesse comum que concordam em trabalhar juntas em torno de um objectivo comum” (p.55, tradução própria), e considera que este é o tipo mais aprofundado de parceria, que envolve a troca de informação, a partilha de recursos, o apoio no aumento da capacidade dos outros para cultivar benefícios mútuos e para atingir um propósito comum através da partilha dos riscos, dos recursos, das responsabilidades e recompensas.

De facto, esta componente da colaboração está presente na análise de Feenstra e Campbell (2014) quando referem a existência de um visão holística ou integrada do sistema alimentar e a procura de envolvimento e participação da comunidade local para alcançar múltiplos objetivos. Ao adoptar uma visão holística do SAL, empreende-se a tentativa de resolver problemas intrincados e, simultaneamente, ter em consideração diversos valores no processo do seu desenho, de modo a ultrapassar a ineficácia de ações sectoriais isoladas e a prevalência quase exclusiva de valores económicos⁵ em detrimento de outros. No entanto, esta visão das redes não é isenta de desafios e problemas. Desde logo, porque não se pode assumir que aquela colaboração ocorre de

⁵ A este propósito vejam-se as conclusões do estudo GLAMUR - *Global and Local food chain Assessment: a Multidimensional performance-based approach* (2015) que revelam a prevalência de visões economicistas sobre a *performance* das cadeias alimentares estudadas entre os diferentes atores inquiridos.

forma linear e sem constrangimentos quando hoje são diversos os atores do sector privado, público, organizações do terceiro setor, da sociedade civil e outros grupos sociais que atuam no campo dos sistemas alimentares. A forma como cada ator perspectiva o sistema alimentar será necessariamente diferente, dependendo, por exemplo, se é uma iniciativa informal de consumidores ou uma cantina de uma instituição pública, se é um mercado abastecedor regional ou um mercado informal de pequenos produtores locais. Na verdade, esta diversidade e multiplicidade de atores traz desafios ao nível da governança dos sistemas alimentares, dada a necessária concertação de estratégias comuns para operacionalizar visões holísticas, o que coloca forçosamente desafios “práticos e éticos” em termos da “negociação de *trade-offs* entre vários objectivos e valores em competição” (Feenstra e Campbell, 2014, p.1346, tradução própria). Neste sentido, Francisco (2007) acusa as contradições da governança enquanto uma “espécie de pós-dirigismo”, onde “interferir nas políticas públicas fica para quem consegue (...) condicioná-las antes mesmo de verem a luz do dia” (pp.169-174). Assim, a assumpção de “igualdade” entre actores pode ser meramente operacional, podendo, na verdade, persistir desigualdades que reflectem estruturas de poder já existentes (Dryzek, et al., 2003). Como exemplo das dificuldades em construir entendimentos comuns, Fraser e colaboradores referem o processo de elaboração do relatório global *The International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development* (IAASTD), que se revelou um verdadeiro “beco sem saída” em termos de discussão e formulação de políticas para a segurança alimentar global, revelando profundas oposições epistemológicas entre cientistas, agrónomos, ativistas, políticos e agentes do agronegócio (2016). Contudo, perante estas dificuldades, Hulme refere que é fundamental explorar as discordâncias e as diferentes fontes de conhecimento de que cada um parte, de forma a melhor conhecer os diferentes prismas das questões que se colocam (2009 cit. por Fraser, et al., 2016).

Reconhecida a existência de dificuldades no que toca à construção de relações colaborativas em torno dos SAL, será útil, desde logo, conhecer os actores, mapeando os discursos, as motivações, percepções e abordagens que os distinguem. Fraser, et al. (2016, p.78) refere que embora exista um consenso de que problemas como a pobreza, o crescimento demográfico, os preços da energia, as alterações climáticas e outras dinâmicas socioeconómicas ameaçam a segurança alimentar global, não existe, porém,

um consenso sobre quais as estratégias mais adequadas para enfrentar estes desafios. Os autores distinguem diferentes perspectivas e propostas presentes nos debates em torno da segurança alimentar global e que variam entre um pólo de soluções mais *high tech* e um outro de defesa dos SAL, nomeadamente: i) a tecnologia para aumentar a produção; ii) a distribuição equitativa dos alimentos; iii) políticas de redução da poluição e do desperdício; iv) ação comunitária para promover sistemas alimentares soberanos. Os autores exploram os principais argumentos que têm sido utilizados para defender e contestar cada uma destas posições e concluem que cada situação terá necessariamente de ser vista à luz do seu contexto, evitando a aplicação indiferenciada de soluções e procurando trabalhar com base num “portfólio combinado” onde se procuram equilibrar fraquezas e forças de diferentes abordagens e estratégias, baseadas em objetivos como a “equidade, a sustentabilidade e a nutrição” (Fraser, et al., 2016, p.84).

Uma outra proposta é avançada por Holt-Giménez (2011) que, no contexto da corrente da soberania alimentar, e baseando-se no conceito de “regimes alimentares”, distingue diferentes orientações e tendências dos atores do SAG (ver Tabela 1). O autor refere ser fundamental que as organizações da sociedade civil, os activistas, os agricultores e camponeses cooperem para a construção de alternativas ao sistema alimentar corporativo “ambientalmente vulnerável, socialmente desigual, e economicamente volátil” (p.325, tradução própria), sob pena de ocorrerem novas e mais profundas crises alimentares.

Tabela 1 – Comparação de orientações e tendências de política, modelos de produção e abordagens face à crise alimentar. Fonte: Holt-Giménez, 2011, pp.321-322 (tradução própria).

	Regime Alimentar Corporativo		Movimentos Sociais (<i>food movements</i>)	
Política	Neoliberal	Reformista	Progressivo	Radical
Discurso	Empresa agro-alimentar	Segurança Alimentar	Justiça Alimentar	Soberania Alimentar
Principais instituições	Corporações Financeiras Internacionais (Banco Mundial); FMI, OMT: <i>USDA</i> ; <i>Global Food Security Bill</i> ; Revolução Verde; Desafio do milénio; <i>Heritage Foundation</i> ; <i>Chicago Global Council</i> ; <i>Bill e Melinda Gates Foundation</i> ; <i>ONE Campaign</i>	Banco Internacional para reconstrução e Desenvolvimento (Banco Mundial); FAO; Comissão da ONU para o Desenvolvimento Sustentável; Federação Internacional dos Produtores Agrícolas; <i>Fair Trade mainstream</i> ; Movimento <i>Slow Food</i> ; alguns Conselhos de Política Alimentar; maioria dos bancos alimentares e ajuda alimentar	<i>Fair Trade</i> alternativo e muitos grupos <i>Slow Food</i> ; várias organizações do Movimento Comunitário de Segurança Alimentar; iniciativas de Agricultura Apoiada pela Comunidade; muitos Conselhos de Política Alimentar; movimentos de jovens e de justiça alimentar; muitas organizações de trabalhadores agrícolas	Via Campesina; Comité Internacional de Planeamento de Segurança Alimentar; Marcha global pelas mulheres; muitos movimentos de direitos humanos e de justiça alimentar
Orientação	Corporativa	Desenvolvimentista	<i>Empowerment</i>	Habilitações (<i>entitlements</i>)
Modelo	Sobreprodução; concentração corporativa; desregulamentação de mercados e monopólios; monoculturas (incluindo no sector orgânico); OGM's; consumo global massivo de alimentos de origem industrial; agrocombustíveis; eliminação progressiva do campesinato, da agricultura familiar e do comércio local	<i>Mainstreaming</i> da certificação de nichos de mercado (orgânico, justo, local, sustentável); manutenção dos subsídios para agricultura no Norte Global; reforma dos solos de orientação mercantil; mesas redondas em torno dos agrocombustíveis, soja, produtos florestais, etc.	Alimentos agroecológicos produzidos localmente; investimento em comunidades vulneráveis; novos modelos de negócio e benefícios comunitários sobre o ciclo agro-alimentar; melhores salários para trabalhadores; economias solidárias; acesso à terra; mercados regulados	Desmantelamento dos monopólios agro-alimentares corporativos; paridade; reforma redistributiva da terra; direitos das comunidades à água e sementes; sistemas alimentares regionais; democratização do sistema alimentar; modos de vida sustentáveis; protecção do <i>dumping</i> e da sobreprodução; ressurgimento da agricultura camponesa de base agroecológica gerida para distribuir a riqueza e arrefecer o planeta
Abordagem à crise alimentar	Monopólios corporativos desregulamentados; aumento da produção industrial; <i>land-grabbing</i> ; expansão dos OGM's; parcerias público-privadas; mercados liberais; ajuda alimentar internacional	Igual à neoliberal mas admitindo alguma produção de produtores médios e ajuda alimentar local; maiores ajudas agrícolas ligadas aos OGM's; culturas biofortificadas e resistentes	Direito humano à alimentação; melhores redes de segurança; alimentos de origem local e produção sustentável; desenvolvimento agrícola de base agroecológica	Direito humano de soberania sobre a alimentação; negociações com FAO com foco na origem local, produção sustentável e adequação cultural

Para tal, são necessárias mudanças estruturais, que contrariem a privatização das esferas públicas e a tendência de monopolização de poder sobre os sistemas alimentares, o que exige a capacidade em construir alianças e de distinguir mudanças superficiais de mudanças estruturais. Sobre esta distinção do tipo de mudanças pretendidas, relembremos a diferenciação conceptual de North (2010) entre realocização intencional e realocização imanente, enquanto elemento útil à ponderação na construção de compromissos no âmbito daquelas alianças. Alguns exemplos concretos de desafios estratégicos que podem surgir são indicadas por Campbell, Carlisle-Cummins e Feenstra (2013), com base numa revisão de cerca de 500 artigos científicos:

- *Desafios Sociais* - enfrentar enviesamentos raciais e de classe, nomeadamente: a tendência de esforços locais reforçarem vantagens pré-existentes de populações mais privilegiadas (privilégio cultural); atender a que distinções sociais influenciam a forma como “o local” é definido;
- *Desafios Económicos* - gerir as “promessas e os limites do mercado”: encontrar pontos de equilíbrio de preços que sejam funcionais para os agricultores, enquanto se procura garantir que consumidores com baixos rendimentos têm acesso a alimentos saudáveis, e garantir condições de trabalho e salários justos para os trabalhadores agrícolas e outros do sector alimentar;
- *Desafios Políticos* – reconciliar diversas abordagens para gerar mudanças: tornar convencional a produção orgânica; cadeias alimentares baseadas em valores, combinando sistemas alimentares convencionais e alternativos.

À partida, o número de desafios será tanto maior quanto mais holística for a visão para o sistema alimentar, assim como quanto maior for a diversidade de actores em colaboração.

Voltando novamente à definição de Feenstra e Campbell (2014) dos sistemas alimentares locais como redes colaborativas, é de referir a necessidade de uma certa prudência em torno do objectivo aí apresentado de “auto-suficiência”.

Na literatura temática dos SAL, o questionamento e transformação do sistema alimentar encontra-se com grande vitalidade no campo das “redes alimentares alternativas” (*alternative food networks*). Grande parte dos trabalhos tem-se centrado na discussão da alteridade destas redes, isto é, do seu posicionamento face ao sistema alimentar convencional, assumido-se como “alternativas” (diferentes ou opostas). São

caracterizadas como fluxos de alimentos que criam conexões entre pessoas preocupadas com o impacto das suas práticas alimentares e outras que procuram melhores preços para os alimentos que produzem. Esta relação tem sido entendida como capaz de reconstruir a interação social entre produtores e consumidores e de aprofundar a ligação entre o produto e o lugar, com benefícios para o SAL. As redes alimentares alternativas surgem também associadas a determinado tipo de produtos, como os provenientes de comércio justo, produtos orgânicos, locais e regionais, de agricultura biológica, e a certas formas de venda como os mercados de produtores, as lojas de quinta (*farm shops*), os sistemas de cabazes, a Agricultura Apoiada pela Comunidade, entre outros. Estes trabalhos são considerados uma “primeira geração” da literatura, sendo que hoje alguns autores sentem que necessita de uma renovação dos seus debates, nomeadamente, a superação de algumas noções “romantizadas” sobre o rural e a natureza e o questionamento de termos como “alternativo” e “local”.

Uma das questões fundamentais levantadas na literatura crítica dos últimos anos prende-se com a exclusividade verificada em algumas destas iniciativas, isto é, que (re)produzem desigualdades e novas formas de exclusão social, dados os preços elevados dos alimentos “biológicos”, “orgânicos” ou de produção local, e que determinam quem pode ou não aderir e beneficiar de estilos de vida mais saudáveis e sustentáveis (Caraher e Dowler, 2014). Por outro lado, a definição de normatividades sobre o que é ou não é “local”, “autêntico” ou “alternativo” pode gerar o que Goodman, DupPuis e Goodman designam de “localismo normativo” e “localismo irreflexivo”, enquanto conjunto de normas e imaginários de perfeição rígidos (2012). Este localismo, presente na literatura da relocalização, tende a tratar os sistemas alimentares locais como inerentemente justos e de onde emana naturalmente a confiança. Em oposição a esta negação das idiossincrasias da política local e, portanto, do “local” como espaço construído socialmente e politicamente, os autores alertam para a necessidade de se compreender como a localização pode relacionar-se com formas de poder existentes. Argumentam também que o desafio para as agendas em torno dos SAL prende-se com a articulação da relocalização enquanto visão aberta, processual e inclusiva, e a construção de uma “política localista reflexiva” assente numa “política aberta” que permita construir um localismo socialmente mais justo, enquanto deixa em aberto a definição de justiça social (*idem*).

Tendo em conta os elementos até aqui apresentados e discutidos, conclui-se que a proposta da realocação pode contribuir para o fim da fome e de contrariar as fragilidades e paradoxos do sistema alimentar global, conquanto que as relações geradas em torno de uma agenda comum para SAL se baseie num compromisso forte perante o questionamento crítico da estrutura e funcionamento do actual SAG, procurando um processo reflexivo, de "política imperfeita" (Goodman, DupPuis e Goodman, 2012).

Tendo por base tais pressupostos estamos a desenvolver um estudo qualitativo com os seguintes objectivos: conhecer quais as percepções que os diferentes atores têm sobre o sistema alimentar local e como se relacionam entre si, as dificuldades e desafios que enfrentam e a forma como vêm o futuro; compreender como se posicionam face a um processo de realocação do sistema alimentar; e explorar pistas que permitam apoiar a construção de uma agenda comum em torno do sistema alimentar local. O estudo incidirá sobre uma freguesia de uma cidade da zona centro do país.

As observações feitas no terreno e a análise documental permitem desde já esboçar algumas pistas preliminares dos resultados, nomeadamente, a observação de diferentes discursos em função do tipo de iniciativa e do seu sector de actividade, por exemplo, um discurso mais próximo dos movimentos sociais entre grupos que procuram a construção de relações de proximidade e confiança e formas sustentáveis de produção e consumo Vs. um discurso de segurança alimentar ("alimento seguro") por parte das iniciativas que prestam serviços na área social. Observam-se também fortes relações de interacção entre algumas iniciativas que partilham visões semelhantes sobre o sistema alimentar e interacções fracas ou até inexistentes entre iniciativas com carácter diferente. Por outro lado, verifica-se a existência de dificuldades associadas à adesão da população e à manutenção da participação voluntária em algumas iniciativas e uma oposição entre *formalidade* Vs *informalidade* reveladora de espaços de conflito (?) ou incompatibilidade (?) entre diferentes tipos de actores.

Notas Finais

Como pudemos verificar ao longo do presente trabalho, qualquer proposta de mudança dos sistemas alimentares carrega um modelo de desenvolvimento e um posicionamento perante a organização da economia local. Esse percurso não é linear, pois a diversidade de atores a envolver coloca desafios à construção de compromissos comuns. Feenstra e Campbell (2014, pp.1348-1349) identificaram três elementos essenciais para garantir o sucesso do trabalho em torno do desenvolvimento de SAL:

- *Participação pública*: criação de espaços de encontro onde os membros da comunidade interagem e falam sobre as suas preocupações com o sistema alimentar, visões e atividades, que permitam um gradual ganho de consciência partilhada e a construção de confiança mútua. Processos de envolvimento público exigem habilidade em processos grupais e de comunicação, para lidar com fricções e obstáculos. As atividades devem ser atrativas e significantes para que as pessoas se mantenham ligadas;
- *Parcerias*: a abrangência dos objectivos a alcançar exige a procura de outras pessoas instituições e organizações com conhecimentos e experiência complementares;
- *Desenvolvimento de políticas*: a institucionalização dos valores promovidos em forma de políticas e no funcionamento das instituições é fundamental para que tenham impacto e se tornem parte do quotidiano desejado. Com frequência exige esforços de organização da comunidade para criar visibilidade sobre os problemas sentidos e participar nos processos democráticos locais. Estratégias podem passar por criar uma narrativa comum e monitorizar dos impactos das iniciativas.

Neste sentido, como refere Fraser e colaboradores (2016), mais que o foco reduzido numa ferramenta específica, importa desenvolver processos inclusivos e participativos de tomada de decisão sobre as políticas, as tecnologias e as práticas de gestão que mais importam à comunidade em questão. Esta via possibilita uma maior democracia dos sistemas alimentares, contrariando alguns dos problemas diagnosticados no início deste trabalho, e fazer face à dimensão ecológica que problemas complexos como a fome e a insustentabilidade do SAG assumem hoje. Assim, uma noção de SAL associada a redes de colaboração, permite reclamar a dimensão social e política desses mesmos problemas e torna como condição essencial a construção colectiva de soluções.

Referências bibliográficas

- Blum-Evitts, S., 2009. *Designing a Foodshed Assessment Model: Guidance for Local and Regional Planners in Understanding. Local Farm Capacity in Comparison to Local Food Needs*. Masters Theses. University of Massachusetts Amherst. Disponível em: <http://scholarworks.umass.edu/theses/288> [Consultado a 2 de Maio de 2017].
- Bourke, J., 2005. *Fear – a cultural history*. California: Counterpoint Press.
- Caraher, M. e Dowler, E., 2014. Food for Poorer People: Conventional and ‘Alternative’ Transgressions? In: Goodman, M. e Sage, C., eds. *Food Transgressions. Making Sense of Contemporary Food Politics*. England: Ashgate. Ch.11.
- Carolan, M., 2012. *The sociology of food and agriculture*. New York: Routledge.
- Castro, J., 1984. *Geografia da fome - o dilema brasileiro: pão ou aço*. 10ª Edição. Rio de Janeiro: Edições Antares.
- Costello, H., 2007. Hunger in Our Own Backyard - The Face of Hunger in the United States. *Nutrition in Clinical Practice*, 22, pp. 587–590. <https://doi.org/10.1177/0115426507022006587>
- Davis, O. e Geiger, B., 2017. Did Food Insecurity rise across Europe after the 2008 Crisis? An analysis across welfare regimes. *Social Policy & Society*, 16(3), pp. 343–360. <https://doi.org/10.1017/S1474746416000166>
- DeSchutter, O. e Cordes, K., 2011. Accounting for Hunger: An Introduction to the Issues. In: DeSchutter, O. e Cordes, K., eds. *Accounting for Hunger. The Right to Food in the Era of Globalisation*. Oregon: Hart Publishing.
- DeShutter, O., 2012. Agroecology, a Tool for the Realization of the Right to Food. In: Lichtfouse, E., ed. *Agroecology and strategies for climate change, Sustainable Agriculture Reviews*, 8. Londres, New York: Springer.
- Dowler, E. e Lambie-Mumford, H., 2015. How can households eat in austerity? Challenges for Social Policy in the UK. *Social Policy & Society*, 14:3, pp.417–428. doi:10.1017/S1474746415000032
- Downing, T. e Butterfield, R., 2012. *Extreme Outcomes: Prospects for major tipping and socially contingent events and associated economic and social costs. Summary of cross-sectoral results from the ClimateCost project funded by the European Community’s Seventh Framework Programme*. Technical Policy Briefing Note 7. Oxford: Stockholm Environment Institute. Disponível em: <https://www.sei-international.org/mediamanager/documents/Publications/SEI-PolicyBriefingNote-ExtremeOutcomes-2012.pdf> [Consultado a 7 de Setembro de 2016].
- Dryzek, J., Downes, D., Hunold, C., Schlosberg, D. e Hernes, H-K., 2003. *Green States and Social Movements: Environmentalism in the United States, United Kingdom, Germany, and Norway*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1017/S1474746415000032>
- Edkins, J., 2000. *Whose hunger? Concepts of Famine, Practices of Aid*. USA: University of Minnesota Press.

FAO, 2011a. *Food, Agriculture and Cities. Challenges of food and nutrition security, agriculture and ecosystem management in an urbanizing world*. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-au725e.pdf> [Consultado a 2 de Maio de 2017].

FAO, 2011b. *Global food losses and food waste – Extent, causes and prevention*. Rome. Disponível em: <http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e00.pdf> [Consultado a 2 de Maio de 2017].

Francisco, D., 2007. Territórios chamados desejo: Da largueza dos conceitos à contenção das experiências. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 77, pp.165-199. Disponível em: <http://rccs.revues.org/797> [Consultado a 3 de Junho de 2017]

Fraser, E.; Legwegoh, A.; Krishna, K; CoDyre, M.; Dias, G.; Hazen, S.; Johnson, R.; Martin, R.; Ohberg, L.; Sethuratnam, S.; Sneyd, L.; Smithers, J.; Van Acker, R.; Vansteenkiste, J.; Wittman, H. e Yada, R., 2016. Biotechnology or organic? Extensive or intensive? Global or local? A critical review of potential pathways to resolve the global food crisis. *Trends in Food Science & Technology*, 48, pp.78-87. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tifs.2015.11.006>

Garnett, T., 2008. *Cooking up a storm - Food, greenhouse gas emissions and our changing climate*. University of Surrey, Food Climate Research Network - Centre for Environmental Strategy. Disponível em: http://www.fcrn.org.uk/sites/default/files/CuaS_web.pdf [Consultado a 2 de Maio de 2017]

González, S.; Moulaert, F. e Martinelli, F., 2010. ALMOLIN. How to analyse social innovation at the local level?. In: Moulaert, F., Martinelli, F.; Swyngedouw, E. e González, S., 2010. *Can neighbourhoods save the city? Community development and social innovation*. Regions and Cities. London and New York: Routledge.

Goodman, D.; DuPuis, M. e Goodman, M., 2012. *Alternative Food Networks. Knowledge, practice and politics*. London and New York: Routledge.

Holt-Giménez, E., 2011. Food crisis, food justice or food sovereignty? Crises, Food Movements and Regime Change. Hope, A. e Agyeman, J., eds. 2011, *Cultivating food justice. Race, classe and sustainability*. Massachusetts: The MIT Press.

Lappé, F.; Collins, J. e Rosset, P., 1998. *World hunger: 12 myths*. Food First. New York: Grove Press.

Lucas dos Santos, L., 2008. A fome como cerceamento de direito político: comunicação contra-hegemônica e soberania Alimentar. *e-cadernos ces*, 2. Disponível em: <http://eces.revues.org/1431> [Consultado a 12 de Abril de 2017].

Monteiro, A., 2012. *Re-localização económica e inovação social: um estudo exploratório – o caso da BALLE*. Volume I. Tese de Mestrado. Universidade de Coimbra.

Nellemann, C.; MacDevette, M.; Manders, T.; Eickhout, B.; Svihus, B.; Prins, A. e Kaltenborn, B., 2009. *The environmental food crisis – The environment's role in averting future food crises. A UNEP rapid response assessment*. United Nations Environment Programme. Disponível em: http://old.unep-wcmc.org/environmental-food-crisis_62.html [Consultado a 6 de Setembro de 2016].

North, P., 2010. Eco-localisation as a progressive response to peak oil and climate change: a sympathetic critique. *Geoforum*, 41:4, pp.585-594.

<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2009.04.013>

Paugam, S., 2003. *A desqualificação social. Ensaio sobre a nova pobreza*. Porto: Porto Editora.

Porter, J.; Xie, L.; Challinor, A.; Cochrane, K.; Howden, S.; Iqbal, M.; Lobell, D. e Travasso, M., 2014. Food security and food production systems. In: Field, C.; Barros, V.; Dokken, D.; Mach, K.; Mastrandrea, M.; Bilir, T.; Chatterjee, M.; Ebi, K.; Estrada, Y.; Genova, R.; Girma, B.; Kissel, E.; Levy, A.; MacCracken, S.; Mastrandrea, P. e White, L., eds. *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. pp. 485-533.

Purcell, M., 2006. Urban democracy and the local trap. *Urban Studies*, 42, pp.1969-90. <https://doi.org/10.1080/00420980600897826>

Rieff, D., 2015. *The Reproach of Hunger. Food, Justice and Money in the twenty-first Century*. Canada: Penguin Group.

Sen, A., 1981. *Famines and Poverty. An essay on entitlement and deprivation*. New York: Oxford University Press.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2011. *World Population Prospects: The 2010 Revision. Volume I: Comprehensive Tables*. Disponível em: http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/WPP2010/WPP2010_Volume-I_Comprehensive-Tables.pdf [Consultado a 23 de Fevereiro de 2017]

Vivas, E. e Montagut, X., 2011. *Do campo para a mesa. Os circuitos de produção e de distribuição de alimentos*. Sururu - Produções Culturais, CIDAC e Mó de Vida.

Wasserman, S. e Faust, K., 1994 *Social Network Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Woolf, T., 2009. Social change and social innovation: creating collaborative solutions. In: *Sociedade e Trabalho Booklets, Social Innovation*, 12. Lisboa: Gabinete de Estratégia e Planeamento - Ministério do Trabalho e da Segurança Social.

MELHOR DESTINO EUROPEU: A IMPORTÂNCIA DO ENVOLVIMENTO ONLINE

SARA SANTOS

Faculdade de Economia da Universidade do Porto
saracvsantos@gmail.com

Resumo

Atualmente as marcas cidades tem um papel fundamental na atração de turistas e desenvolvimento da economia. O desenvolvimento dos *media* digitais veio proporcionar novas formas de promoção, diferenciação e envolvimento das pessoas na construção da marca cidade. Esta nova cultura de participação prioriza o envolvimento do público, medido não só pelo acesso ao *website* ou a páginas nas redes sociais, mas pelo tempo que lá permanecem e interações que têm.

Assim, este artigo tem como objetivo perceber a relação entre o envolvimento no site (número de páginas visitadas, taxa de rejeição e tempo no site) e o envolvimento na página de *facebook* (gostos, comentários e partilhas) relativamente às cidades consideradas melhor destino europeu em 2017.

A pesquisa empírica tem por base uma metodologia de cariz quantitativo. A amostra é constituída pelas cidades consideradas melhores destino europeu em 2017 (Porto, Milão, Gdansk, Atenas, San Sebastian, Sozopol, Viena, Stari Grad, Basel, Roterdão, Roma, Madrid, Paris, Bonifacio e Wild Taiga) pelo site European Best Destinations.

Os resultados mostram que o posicionamento nos lugares mais altos no ranking de melhor destino europeu não se reflete num nível de envolvimento mais elevado nem no *website* nem na página de *facebook* do destino.

Este estudo é um contributo teórico e prático sobre o papel do envolvimento e comunicação digital na construção de marca das cidades e votação dos melhores destinos europeus.

Palavras-chave: envolvimento, *facebook*, site, melhor destino europeu

Abstract

Currently city branding play a key role in attracting tourists and developing the economy of the city. The development of digital media provided new ways of promoting, differentiating and involving people in the construction of the city brand. This new culture of participation prioritizes the engagement of the public, measured not only by the access to the website or to pages in social media, but also by the time they remain there and the interactions they have.

This article aims to understand the relationship between the engagement in the site (number of pages visited, bounce rate and time on the site) and the engagement in the facebook page (likes, comments and shares) for cities considered the best European destination in 2017.

Empirical research is based on a quantitative methodology. The sample is made up of the best European cities in 2017 (Oporto, Milan, Gdansk, Athens, San Sebastian, Sozopol, Vienna, Stari Grad, Basel, Rotterdam, Rome, Madrid, Paris, Bonifacio and Wild Taiga) by the website European Best Destinations.

The results show that positioning in the highest places in the ranking of best European destination is not reflected in a higher level of engagement neither in the website nor the facebook page of the destination.

This study is a theoretical and practical contribution on the role of digital engagement and digital communication in the construction of the cities' brands and the voting of the best European destinations.

Keywords: engagement, facebook, site, best European destination

Marcas Cidade

Com o desenvolvimento das cidades e a necessidade da sua promoção e divulgação em termos de marketing turístico surge o conceito de marca cidade (*city branding*).

Este conceito tem três características essenciais: imagem, singularidade e autenticidade. A imagem refere-se aos elementos urbanos, monumentos, espaços públicos e características especiais (Riza *et al.*, 2012) o que faz uma cidade distinguir-se das restantes. Mas para criar identidade e diferenciação é necessário uma articulação com todas as atividades sociais, culturais e económicas da cidade.

Uysal *et al.* (2000) defendem que o marketing das cidades implica uma perspetiva estratégica. Enquanto marca, as cidades devem ter um posicionamento diferenciador (Trueman *et al.*, 2007) por isso os objetivos da marca cidade são definir imagens atrativas e diferenciadores também fora do país, para os turistas, investidores, etc. mas ao mesmo tempo deve envolver as pessoas e os seus habitantes criando uma identidade e ambiente comum (Cozmiuc, 2011). Também Kavartzis (2004) salienta que a marca da cidade é fundamental no desenvolvimento das cidades, tornando-as diferenciadoras e competitivas o que permite atrair investimentos, turismo e ao mesmo tempo apoio dos residentes. Em termos de *stakeholders*, estes podem ser vários no sector do turismo. Fitchett (2005) identifica a possibilidade de diferentes *stakeholders* poderem ter perceções diferentes da imagem de uma cidade assim como níveis diferentes de envolvimento (Stokes, 2008), influência na imagem de marca cidade (Gopalan and Narayan, 2010) e diferentes significados associados à marca cidade (Merrilees *et al.*, 2012).

Os *stakeholders* podem, por outro lado, contribuir na construção da marca. A oportunidade de os *stakeholders* contribuírem com o feedback, constitui um importante suporte à definição da estratégia da marca, tornando-se co-criadores da mesma (Hanna e Rowley, 2011). Também Kabadayi e Price (2014) e Hollebeek (2011) salientam que o envolvimento dos *stakeholders* traz novas oportunidades para as marcas através do feedback.

No âmbito do turismo, envolver os turistas após a viagem pode fazer com que se tornem embaixadores do destino, partilhando a opinião com outros utilizadores (Mistilis

et al., 2014). Com o advento da internet e em especial das redes sociais, também o sector do turismo sofreu modificações.

A utilização de redes sociais pelas organizações de turismo é elevada particularmente o *Facebook* e *Twitter* (Leung *et al.*, 2015); *Instagram* e outras redes sociais como o *TripAdvisor*, *Airbnb* e *Booking.com* que crescem a nível de influência e notoriedade (Filieri, 2014;).

Envolvimento Online e Turismo

Na literatura são várias as definições de envolvimento. Enquanto alguns autores falam de envolvimento (“engagement”) (Abdul-Ghani *et al.*, 2011), outros referem-se a envolvimento do consumidor (“consumer engagement”) (Brodie *et al.*, 2011; Vivek *et al.*, 2012) ou comportamento de envolvimento do cliente (“customer) engagement behaviour”) (Van Doorn *et al.*, 2010; Pham and Avnet, 2009).

No ambiente *online*, Mollen e Wilson (2010, p. 5) definem *online brand engagement*, como “o compromisso cognitivo e afetivo numa relação ativa com a marca, personificada por um *website* ou outras entidades mediadas por computador, desenhadas para comunicar o valor da marca” enquanto Algesheimer *et al.*, (2005) e Dessart *et al.*, (2015, 2016) evidenciam o conceito de envolvimento da comunidade (“community engagement”).

Recentemente Hollebeek *et al.*, (2014) e Hollebeek (2011) utilizam o conceito de “customer-brand engagement”. Este último autor (Hollebeek, 2011) evidencia o nível de investimento cognitivo, emocional e comportamental do utilizador em interações com a marca relacionando-o com as subdimensões de: processamento cognitivo, afeição e activação (Hollebeek, 2011; Hollebeek *et al.*, 2014; Dessart *et al.*, 2015).

No âmbito do envolvimento nas redes sociais, os comportamentos podem ser caracterizados por baixa ou elevada atividade (Muntinga *et al.*, 2011) ou seja segundo 3 níveis: consumo (nível baixo), contributo (nível médio) e criação (nível elevado) (Muntinga *et al.*, 2011). Em estudos recentes Dolan *et al.*, (2015) identificam que o comportamento de envolvimento nas redes sociais pode variar em valência (positivo e negativamente) além da intensidade o que origina o “social media engagement

behaviour”. Estes mesmos autores (Dessart *et al.*, 2015, p. 28) consideram que existe “uma falta de consenso no que é o envolvimento do consumidor.”

Neste sentido importa perceber como se forma e de que dependem o envolvimento nas redes sociais. Cvijikj e Michahelles (2013) consideram que o envolvimento nas redes sociais depende do: 1) tipo de conteúdo publicado, ou seja, a natureza e conteúdo das mensagens; 2) o formato da publicação e 3) o tempo da publicação, que se refere a tempo cronológico ou psicológico da publicação. Após o envolvimento as consequências podem ser várias como: compromisso e confiança (Hollebeek, 2011), apego emocional à marca (Chan e Li, 2010), a satisfação e a lealdade à marca (Bowden, 2009) e o *word-of-mouth* (Vivek *et al.*, 2012). Mas pode ao mesmo tempo ter consequências negativas, uma vez que alguns clientes utilizam as redes sociais para se queixarem (Bijmolt *et al.*, 2010) ou destruírem o valor da marca (Harris *et al.*, 2010).

Os utilizadores têm sido também categorizados segundo o papel que desempenham online. Nonnecke e Preece (1999) e Preece *et al.*, (2004) distinguem os utilizadores entre os que criam conteúdo (“posters”) e os que membros de uma comunidade que não publicam (“lurkers”). Estes últimos são definidos por Rafaeli *et al.* (2004) como quem visita a comunidade regularmente mas raramente publica. Por não se envolverem na página de *facebook* da marca não significa que não se envolvam noutros locais (Rafaeli *et al.* 2004).

No sector do turismo, o desenvolvimento de estratégias de divulgação *online* das marcas cidade (Björner, 2013), através do site e redes sociais (Paganoni, 2012) tem sido fundamental para criar envolvimento, divulgar as marcas de destino e construir valor para marca cidade (Andéhn *et al.*, 2014; Hanna e Rowley, 2015). O envolvimento do cliente neste sector é fulcral uma vez que permite aumentar a lealdade, confiança e avaliações da marca (So, King e Sparks, 2014). Este envolvimento está assente muitas vezes nas redes sociais ou *website* das organizações de turismo. Zhou e Wang (2014) evidenciam que as redes sociais são uma ferramenta apropriada para a promoção as cidades devido à natureza participativa, interativa, aberta e transparente. Como o conteúdo nas redes sociais pode ser gerado por instituições, entidades governamentais, empresas ou os próprios utilizadores, a satisfação e identificação dos utilizadores é maior (Xu, 2010).

Com o crescimento do turismo tem aumentado também a importância do marketing turístico (Baker e Cameron, 2008) que vê no envolvimento do cliente o aspecto principal dos esforços de gestão de redes sociais (Tsimonis e Dimitriadis, 2014).

Envolvimento nas Redes Sociais

As redes sociais são uma realidade e desde o seu aparecimento que mudaram a maneira de pensar, envolver e disseminar mensagens em marketing.

Kaplan e Haenlein (2010, p. 61) definem redes sociais como “um grupo de aplicações baseadas na internet que assenta nas bases ideológicas e tecnológicas da web 2.0 e permite a criação e troca de conteúdo gerado pelo utilizador”. Deste modo o conteúdo passa a ser produzido e partilhado pelos utilizadores em vez de consumido de forma passiva.

No âmbito dos municípios, os estudos de Johannessen, Flak e Sæbø (2012) mostram que as redes sociais ocupam a 3ª posição dos meios de comunicação preferidos identificados pelos grupos de *stakeholders* (políticos, administração e sociedade civil) depois do email e do website do município. Por outro lado, são também uma ferramenta poderosa de criar e divulgar conteúdos das marcas entre pessoas quer off (WOM) quer online (eWOM)

O eWOM pode ser definido como:” Qualquer declaração positiva ou negativa feita por potenciais, clientes atuais ou antigos sobre um produto ou empresa, que é disponibilizada a uma vasta rede de pessoas e instituições através da Internet (Hennig-Thurau *et al.*, 2004, p. 39). Por outro lado, Vries *et al.*, (2012) salienta que os consumidores que são “fãs” de páginas nas redes sociais tendem a ser mais leais e envolvidos com a marca, bem como mais disponíveis para receber informações sobre ela. Nesta perspetiva, Bonsón *et al.* (2012) define o número de gostos, comentários e ações nas publicações da marca como métricas que refletem a popularidade, o comprometimento e a natureza viral das publicações, ou seja, o nível de envolvimento com a marca. Halaszovich e Nel (2017) sugerem que as marcas devem estimular o "gosto" na página da marca que contribui para aprofundar a relação cliente-marca, tendo em conta o nível de confiança do cliente.

No entanto, não é suficiente analisar apenas a quantidade de comentários nas publicações, é também importante analisar a qualidade desses mesmos comentários, ou seja, se são positivos, negativos ou neutros (Bonsón *et al.*, 2012).

Schivinski *et al.*, (2016) com base nas dimensões afeição, contributo e criação (definidas no estudo Muntinga, Moorman, and Smit, 2011) desenvolveram uma escala para medir o envolvimento dos consumidores com os conteúdos das redes sociais relacionados com a marca. Este estudo (Schivinski *et al.* 2016) mostrou que a *brand equity* e as atitudes da marca estão relacionadas positivamente e significativamente com as atividades nas redes sociais.

O *Facebook* é a rede social com mais utilizadores, e a ferramenta mais conhecida de comunicação *online* (Bicen e Cavus, 2011). Esta rede social é composta por pessoas e empresas, marcas ou organizações, ligadas por um ou mais tipos de relacionamentos, que partilham vínculos sociais e / ou interesses comuns. É um canal privilegiado para ouvir o feedback dos clientes permitindo melhorar as relações colaborativas (Ozuem *et al.*, 2008), e criando um maior envolvimento entre consumidores e marcas (Wallace *et al.*, 2014; Beukeboom *et al.*, 2015). Por outro lado, o *Facebook* permite vários níveis de envolvimento com as marcas segundo vários tipos de intensidade.

Muntinga *et al.* (2011) considera que existem 3 níveis de envolvimento no *Facebook*: no primeiro nível utilizadores estão focados em consumir conteúdo (como a visualização de vídeos e imagens, por exemplo) e por isso tem uma atuação relativamente passiva *online*; num segundo nível os utilizadores contribuem para o conteúdo da página, respondendo às publicações das marcas ou outros utilizadores, envolvendo-se em conversas, e comentando vídeos ou fotografias, ou seja, têm atuação moderada *online*.

No último nível, existe a criação de conteúdo por parte dos utilizadores tais como avaliações pessoais sobre produtos, publicações, partilha de vídeos e imagens, etc. isto denota uma atuação efetiva *online* (Muntinga *et al.*, 2011)

Para Tsai e Men (2013), os utilizadores do *Facebook* dividem-se apenas entre consumidores e contribuidores, conforme atuam passiva ou ativamente nesta rede social.

No entanto, é ainda reduzida a percentagem de fãs que se envolvem no *Facebook* com as marcas. Este envolvimento é medido através da taxa de envolvimento (*engagement rate*) que corresponde à relação de gostos, comentários e partilhas, por dia e fãs durante um certo período de tempo. Para o seu cálculo, autores como Cvijikj e Michahelles (2013) e Valerio, Herrera, Herrera e Rodríguez (2014) utilizam a seguinte fórmula:

Taxa de envolvimento = $[\text{gostos} + \text{comentários} + \text{publicações} / \text{N}^\circ \text{ fans}] \times 100$

Ou seja, o envolvimento (*engagement*) resulta do número total de interações (comentários, gostos e partilhas) feitas pelos fãs às publicações da marca na sua página de Facebook, dividido pelo número total de fãs dessa mesma página.

Envolvimento no Website

Atualmente os *websites* são uma poderosa ferramenta de marketing no sector do turismo potenciando o desenvolvimento do marketing turístico. Estes podem modificar comportamentos dos turistas, a sua imagem sobre determinada cidade ou até ajudar a descobri-la e aumentar o desejo de a conhecer presencialmente (Kotler *et al.*, 2006). Segundo Vicentin e Hoppen (2003) algumas vantagens da utilização internet no setor de turismo, são: o acesso a uma maior quantidade de informação, a velocidade de comparação entre destinos e a facilidade de compra.

Muitas pessoas avaliam a personalidade da organização pelo “reflexo do website” e da imagem que transmite (Hansch e Lindquist, 1998). Obter visibilidade e chegar a uma grande audiência através do *website* passou a ser um desafio para as organizações (Bhatnagar, Ghose e Vikas, 2009), e as ligadas ao turismo não são exceção.

Por outro lado, a visibilidade da organização está fortemente relacionada com o tráfego do seu *website*. Drèze e Zufryden (2004) mostram uma associação significativa entre a geração de tráfego e os investimentos publicitários ou notoriedade. Este estudo também sugere formas específicas de melhorar a visibilidade de um *site* como por exemplo, o uso de palavras-chave, a colocação de links em outros sites, entre outras (Drèze e Zufryden, 2004).

Outro aspeto a ter em conta é o envolvimento, que segundo Harden e Heyman (2009) definem é “o simples acto de participar num ambiente online”.

Num *website* a maior parte das medidas envolvem visualizações de páginas, tempo no site e taxa de rejeição. Estas são as medidas comumente aceite pela maior parte dos serviços de *tracking web* (Chiagouris e Williams, 2014). Segundo estes autores:

“Visualizações de página por utilizador: A média de visualizações da página de um utilizador individual num determinado site antes de sair do mesmo. Quanto maior o número, mais eficaz o site. Esta métrica permite que anunciantes e outros profissionais percebam o quanto atrativo é o site.

Taxa de rejeição: A percentagem de visitas de páginas únicas. Esta métrica demonstra a percentagem de utilizadores que deixam o *website* logo após a página inicial. Quanto menor a percentagem, mais eficaz o site

Tempo no site: O tempo médio que um visitante está num site antes de sair. Quanto mais tempo, mais eficaz o site.” (Chiagouris e Williams, 2014, p.8).

Segundo Nicholas *et al.*, (2005) as páginas são vista em média em menos de 1 ou 2 minutos. Estas métricas tornam-se fundamentais para medir o envolvimento do website e também no sector do turismo são relevantes, uma vez que predomina a procura e partilha de informação. A informação é, segundo O’Connor e Frew (2002, p. 34) “ a alma do turismo pois ela garante a motivação e habilidade para viajar”.

0.

Metodologia

Este estudo de cariz exploratório tem como objetivo compreender a relação entre o posicionamento das cidades “melhor destino europeu 2017” e o envolvimento no *website* e na página de *facebook* respetiva.

A pesquisa empírica tem por base uma metodologia de cariz quantitativo. A amostra é constituída pelas cidades posicionadas no “melhor destino europeu 2017” atribuído pelo site “European Best Destinations”, num total de 15 cidades.

A questão de investigação que conduz este estudo é: Existe relação entre o ranking de melhores destinos europeus e o envolvimento no facebook e website desses mesmos destinos?

Para a análise do envolvimento no facebook (*engagement rate*) foram recolhidos dados da plataforma online gratuita Fanpage Karma no período de fevereiro a abril de 2017.

A utilização desta plataforma (Fanpage Karma) justifica-se pela utilização de outros autores de estudos internacionais na do turismo (Huertas Roig and Mariné Roig, 2014).

A análise do envolvimento no *website* foi feita através da plataforma *similarweb* no período de fevereiro a abril, uma vez que a eleição foi realizada a 10 de fevereiro de 2017.

Autores como Huntington *et al.*, (2008) e Bhatnagar, (2009) evidenciam nos seus estudos a utilização de métricas de envolvimento como total de visitantes, média de tempo no site, média de páginas por visita e taxa de rejeição.

Para responder à questão de pesquisa foram formuladas as seguintes hipóteses:

H1: O posicionamento nos lugares mais elevados no ranking de melhor destino europeu reflete-se num nível de envolvimento mais elevado no *website*

H2: O posicionamento nos lugares mais elevados no ranking de melhor destino europeu reflete-se num nível de envolvimento mais elevado no *facebook*.

Análise de resultados

No âmbito da hipótese 1 - O posicionamento nos lugares mais elevados no ranking de melhor destino europeu reflete-se num nível de envolvimento mais elevado no *website* - os resultados (tabela 1) mostram que as cidades que estão posicionadas nos primeiros lugares no ranking de “melhor destino europeu” são Porto (1º), Milão (2º), e Gdansk (3º). No entanto, no que se refere à taxa de envolvimento no website, tendo em conta o total de visitantes ao mesmo percebe-se que as cidades que registam um nível mais elevado são: Paris (13000260), Madrid (6000256) e Viena (4000836). Paris é uma das cidades com média de mais páginas visitadas por sessão (7,11), além de Roma e Roterdão.

As cidades com melhor envolvimento no *site* por tempo de sessão e número de páginas visitas são Roterdão e Roma apresentando-se nos lugares 10º e 11º do ranking.

Posição no Ranking	Cidades	Nº de habitantes	Envolvimento no SITE			
			Total de visitantes	Média de tempo no site	Média de páginas por visita	Taxa de rejeição
1	Porto	237591	409000	00:03:05	4.59	39.57%
2	Milão	3177000	3000126	00:05:02	5.05	39.60%
3	Gdansk	462249	986000	00:02:04	2.29	59.26%
4	Atenas	3074160	312000	00:01:53	2.69	63.29%
5	San Sebastian	186064	312000	00:03:12	5.01	42.34%
6	Sozopol	5753	13000	00:02:33	2.39	35.01%
7	Viena	1766746	4000836	00:02:54	4.11	51.54%
8	Stari Grad	48061	17000	00:00:50	1.72	54.64%
9	Basileia	169560	960000	00:01:44	2.70	53.15%
10	Roterdão	617347	200067	00:04:40	6.60	36.75%
11	Roma	2546804	3000338	00:05:18	7.63	38.97%
12	Madrid	3165541	6000256	00:03:31	4.03	49.10%
13	Paris	2240621	13000260	00:04:19	7.11	42.47%
14	Bonifacio	3029	17000	00:01:36	2.81	35.31%
15	Wild Taiga	9430	9000	00:01:05	1.99	38.17%

Tabela 1 - Relação entre posicionamento no ranking europeu e envolvimento no site

Evidencia-se o posicionamento da cidade de Milão, em termos de tempo médio no site (00:05:02) e média de visitas por página (5.05), gerando um elevado envolvimento no site.

As cidades Sozopol, Bonifácio e Roterdão não se encontrando nos lugares cimeiros do ranking, são no entanto as cidades com uma taxa de rejeição mais reduzida (abaixo dos 40%).

No caso da cidade vencedora, Porto, situa-se numa posição razoável de envolvimento no website com mais de 3 minutos de tempo de sessão médio, mais de 4,5 páginas por visita e uma taxa de rejeição reduzida (39,57%).

Pode afirmar-se que a relação entre o posicionamento nos lugares mais altos do ranking de “melhor destino europeu” não se reflete numa elevada taxa de envolvimento no website com exceção da cidade de Milão que mostra um elevado envolvimento no website.

No entanto, os valores mais elevados de envolvimento no website registam-se nas cidades de Madrid e Paris que se encontram nas 12^a e 13^a posição no ranking de melhor destino europeu.

As cidades posicionadas mais abaixo no ranking, como Bonifacio e Wild Taiga mostram também um nível mais reduzido de envolvimento no site o que se pode justificar também pelo número mais baixo de habitantes.

No âmbito da segunda hipótese - o posicionamento nos lugares mais elevados no ranking de melhor destino europeu reflete-se num nível de envolvimento mais elevado no *facebook* - Porto é a cidade que ocupa a 1^a posição no ranking do melhor destino europeu e é também uma das cidades (3^a posição) com maior taxa de envolvimento no facebook (1,30%).

Posição no Ranking	Cidades	Envolvimento no Facebook		
		Nº fãs	Média Publicações/dia	Taxa de envolvimento
1	Porto	101817	3,7	1,30%
2	Milão	123949	3,4	0,53%
3	Gdansk	185977	3,9	1,70%
4	Atenas	51349	0,9	0,54%
5	San Sebastian	11165	5,3	0,05%
6	Sozopol	11562	0,8	0,012%
7	Viena	48815	1	0,52%
8	Stari Grad	26234	0,9	0,37%
9	Basileia	4056	0,8	0,30%
10	Roterdão	26163	2	0,86%
11	Roma	377267	11	0,46%
12	Madrid	96672	3,9	1,20%
13	Paris	3068493	5,7	0,13%
14	Bonifacio	59899	2,5	2,20%
15	Wild Taiga	10275	0,7	0,23%

Tabela 2 - Relação entre posicionamento no ranking europeu e envolvimento no *Facebook*

A cidade com maior taxa de envolvimento (2,70%) é Bonifacio que ocupa a 14ª posição no ranking. Gdansk que ocupa a 2ª posição como melhor destino europeu tem também a 2ª melhor taxa de envolvimento no facebook (1,70%)

Milão, que ocupa a 3ª posição do ranking, apesar de elevado envolvimento no site, no facebook alcança apenas resultados medianos com uma taxa de 0,53%.

Além disso, podemos perceber que uma elevada taxa de envolvimento no site não se reflete no envolvimento no facebook, sendo que os países com melhor taxa de envolvimento no site (Roterdão e Roma) têm taxas medianas de envolvimento no facebook (0,86% e 0,46%).

Por outro lado, o facto de fazerem várias publicações por dia também não conduz a melhores resultados no envolvimento, vejamos o exemplo de Paris sendo a cidade com mais fãs, que publica em média 5 publicações por dia mas só gera 0,13% de envolvimento. Enquanto Bonifácio publica cerca de 3 publicações e gera mais de 2% de envolvimento.

Assim, com exceção de Porto e Gdansk um melhor posicionamento no ranking não se reflete num nível elevado de envolvimento no facebook.

Conclusões

Kabadayi e Price (2014) e Hollebeek (2011) salientam que o envolvimento dos *stakeholders* traz novas oportunidades para as marcas através do feedback, sendo que nas redes social este envolvimento pode ser caracterizados por baixa ou elevada atividade (Muntinga *et al.*, 2011).

Os resultados deste estudo mostram que o posicionamento nos lugares mais altos no ranking de melhor destino europeu não se reflete num nível de envolvimento mais elevado nem no *site* nem no *facebook*. Isto é consistente com estudos prévios de Nelson-Field *et al.*, (2012) que indicam que muitas marcas falham na promoção de níveis de envolvimento elevados nas redes sociais.

Também no turismo, as redes sociais são uma ferramenta importante na promoção as cidades devido à natureza participativa, interativa, aberta e transparente (Zhou e Wang, 2014) pelo que as cidades devem desenvolver estratégias de

comunicação digital nas redes sociais e website que promovam o envolvimento e feedback dos fãs.

Após o envolvimento as consequências podem ser várias como: compromisso e confiança (Hollebeek, 2011), apego emocional à marca (Chan e Li, 2010), a satisfação e a lealdade à marca (Bowden, 2009) e o *word-of-mouth* (Vivek *et al.*, 2012).

Neste sentido, é importante que cada vez mais os profissionais de marketing implementem estratégias de promoção do envolvimento nas redes sociais e *website*.

Referências Bibliográficas

Abdul-Ghani, E., Hyde, K.F., Marshall, R. (2011). Emic and etic interpretations of engagement with a consumer-to-consumer online auction site. *Journal of Business Research*, 64 (10), 1060-1066.

Algesheimer, R., Dholakia, U.M., Herrmann, A. (2005). The social influence of brand community: evidence from European car clubs. *Journal of Marketing*, 69 (3),19-34.

Andéhn, M., Kazeminia, A., Lucarelli, A., Sevin, E. (2014). User-generated place brand equity on Twitter: The dynamics of brand associations in social media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 10, 132-144.

Baker, M.J., Cameron, E. (2008). Critical success factors in destination marketing. *Tourism and hospitality Research*, 8(2), 79-97.

Beukeboom, C.J., Kerkhof, P. , Vries, M. (2015), Does a virtual like cause actual liking? How following a brand's Facebook updates enhances brand evaluations and purchase intention. *Journal of Interactive Marketing*, 32, 26-36.

Bicen, H., Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 943-947.

Bijmolt, T.H., Leeflang, P.S., Block, F., Eisenbeiss, M., Hardie, B.G., Lemmens, A. and Saffert, P. (2010). Analytics for customer engagement", *Journal of Service Research*, 13 (3), 341-356.

Bhatnagar, A., Ghose, S., Vikas, L., (2009). Role of internet penetration rate on the determinants of website traffic in asian countries. *International Journal of Global Management Studies*, 1 (1), 68-77.

Björner, E. (2013). International positioning through online city branding: The case of chengdu. *Journal of Place Management and Development*, 6, 203-226.

- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123–132
- Bowden, J. L. H. (2009). The process of customer engagement: a conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63-74
- Brodie, R.J., Hollebeek, L.D., Juric, B., Ilic, A. (2011). Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14 (3), 252-271.
- Chan KW, Li SY. (2010). Understanding consumer-to-consumer interactions in virtual communities: the salience of reciprocity. *Journal of Business Research*, 63, 1033–1040.
- Chiagouris, L., Williams, M. A. (2014). If we Build it will they Stay?: User Generated Content and Website Effectiveness. *Journal of Marketing Management*, 2(3 e 4), 1–14.
- Cozmiuc, C. (2011). City branding-just a compilation of marketable assets? *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 14 (1/2), 428 -436.
- Cvijikj, I., Michahelles, F. (2013). Online Engagement Factors on Facebook Brand Pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843-861.
- Dessart, L., Veloutsou, C., Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective. *The Journal of Product and Brand Management*, 24 (1), 28-42.
- Dessart, L., Veloutsou, C., Morgan-Thomas, A. (2016). Capturing consumer engagement: duality, dimensionality and measurement. *Journal of Marketing Management*, 1376, 1-28.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., Goodman, S. (2015). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 13 (4), 1-17.
- Drèze, X., Zufryden, F. (2004). Measurement of online visibility and its impact on Internet traffic. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 20–37.
- Filieri, R. (2014). Why do travellers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51, 174-185.
- Fitchett, J. (2005). Consumers as stakeholders: prospects for democracy in marketing theory. *European Review of Business Ethics*, 14 (1), 72-80.
- Gopalan, R. Narayan, B. (2010). Improving customer experiences in tourism: a framework for stakeholder collaboration. *Socio-Economic Planning Sciences*, 44 (2), 100-12.
- Halaszovich, T., Nel, J., (2017). Customer–brand engagement and Facebook fan-page “Like”-intention. *Journal of Product & Brand Management* , 26 (2), 120-134.
- Hanna, S., Rowley, J. (2011). Towards a strategic place brand-management model. *Journal of Marketing Management*, 27(5-6), 458-476.

Hanna, S., Rowley, J. (2015). Towards a model of the place brand web. *Tourism Management*, 48, 100-112.

Hansch, T. and Lindquist, S. (1998). Web development success, *Journal of Financial Planning*, 11 (3), 106–107.

Harden, L., Heyman, B. (2009). *Digital engagement: Internet marketing that captures customers and builds intense brand loyalty*. New York: American Management Association.

Harris, L., Russell-Bennett, R., Ple, L. and Chumpitaz Caceres, R. (2010). Not always co-creation: introducing interactional co-destruction of value in service-dominant logic. *Journal of Services Marketing*, 24 (6), 430-437.

Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G. Gremler, D.D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1), 38-52.

Hollebeek, L. D. (2011). Exploring Customer Brand Engagement: Definition and Themes. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (7), 555-73.

Hollebeek, L.D., Glynn, M.S., Brodie, R.J. (2014). Consumer brand engagement in social media: conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28 (2), 149-165.

Huertas Roig, A. & Mariné Roig, E. (2014). Uso y utilidades de las herramientas de análisis online para la evaluación de la comunicación de las marcas de destino através de los social media. *Sphera Publica, June*, 117-134.

Johannessen, M. R., Flak, L. S., Sæbø, Ø. (2012). Choosing the right medium for municipal e-participation based on stakeholder expectations. *Electronic Participation*. Springer Berlin Heidelberg, 25–36.

Kabadayi, S., Price, K. (2014). Consumer–brand engagement on Facebook: liking and commenting behaviors. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(3), 203-223

Kaplan, A. M. Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68

Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1(1), 58-73.

Kotler, P.; Gertner, D.; Rein, I.; Haider, D.(2006). *Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe*. São Paulo: Pearson

Leung, X. Y., Bai, B., Stahura, K. A. (2015). The marketing effectiveness of social media in the hotel industry a comparison of Facebook and Twitter. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(2), 147-169.

Merrilees, B., Miller, D. Herington, C. (2012). Multiple stakeholders and multiple city brand meanings. *European Journal of Marketing*, 46 (7/8), 1032-104.

Mistilis, N., D. Buhalis, U. Gretzel. (2014). Future Edestination Marketing: Perspective of an Australian Tourism Stakeholder Network. *Journal of Travel Research*, 53,1-13.

Mollen, A., Wilson, H. (2010). Engagement, telepresence and interactivity in online consumer experience: Reconciling scholastic and managerial perspectives. *Journal of Business Research*, 63(9), 919-925.

Muntinga, D.G., Moorman, M., Smit, E.G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13-46.

Nelson-Field, K., Riebe, E., Sharp, B. (2012). What's Not to "Like?". *Journal of Advertising Research*, 52(2), 262-269

Nicholas, D., Huntington, P., Watkins, A. (2005). Scholarly journal usage: The results of deep log analysis. *Journal of Documentation*, 61(2), 248-280.

Nonnecke, B., Preece, J. (1999). Shedding light on lurkers in online communities, *Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*, Edinburgh, 123-128.

O'Connor, P.; Frew, A. J. (2002). The future of hotel electronic distribution. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 43(3), 33-45.

Ozuem, W., Howell, K. E., Lancaster, G. (2008). Communicating in the new interactive marketplace. *European Journal of Marketing*, 42, 1059-1083.

Paganoni, M. C. (2012). City Branding and Social Inclusion in the Glocal City. *Journal of Mobilities*, 7 (1), 13-31.

Pham, M.T., Avnet, T. (2009). Rethinking regulatory engagement theory. *Journal of Consumer Psychology*, 19 (2), 115-123.

Preece, J., Nonnecke, B., Andrews, D. (2004). The top five reasons for lurking: improving community experiences for everyone. *Computers in Human Behavior*, 20 (2), 201-223.

Rafaeli, S., Ravid, G. Soroka, V. (2004). De-lurking in virtual communities: A social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital. *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Science*, IEEE, Hawaii.

Riza, M., Doratli, N., Fasli, M. (2012). City Branding and Identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 35, 293-300.

Schivinski, B., Christodoulides, G., Dabrowski, D., (2016). Measuring consumers' engagement with brand-related social-media content: development and validation of a scale that identifies levels of social-media engagement with brands. *Journal of Advertising Research*, 56 (1), 1-18.

So, K. K. F., King, C., Sparks, B. (2014). Customer engagement with tourism Brands: Scale development and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(3), 304-329.

Stokes, R. (2008). Tourism strategy making: insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29 (2), 252-62.

Trueman, M. M., Cornelius, N., Killingbeck-Widdup, A. J. (2007). Urban corridors and the lost city: Overcoming negative perceptions to reposition city brands. *Journal of Brand Management*, 15(1), 20-31.

Tsai, W.H.S., Men, L.R. (2013). Motivations and antecedents of consumer engagement with brand pages on social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 13(2), 76-87.

Tsimonis, G., Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence & Planning*, 32 (3), 328–344.

Uysal, M., Chen, J. and Williams, D. (2000). Increasing state market share through a regional positioning. *Tourism Management*, 21 (1), 89-96.

Valerio, G., Herrera, N., Herrera, D., Rodríguez, M, (2014). En Facebook el tamaño sí importa. Engagement y el impacto de la longitud del mensaje en las fanpages de las universidades mexicanas. *Revista Digital Universitaria*, 15 (2), 90-104.

Van Doorn, J., Lemon, K.N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P. and Verhoef, P.C. (2010). Customer engagement behavior: theoretical foundations and research directions. *Journal of Service Research*, 13 (3), 253-266.

Vicentin, I. C.; Hoppen, N. (2003). A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectivas. *Revista Eletrônica de Administração*, 9 (1), 112-125.

Vivek, S.D., Beatty, S.E., Morgan, R.M. (2012). Customer engagement: exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20 (2), 122-146.

Vries, L., Gensler, S.; Leeflang, P. S.H. (2012). Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26 (2), 83-91.

Wallace, E., Buil, I., De Chernatony, L. and Hogan, M. (2014). Who likes you and why? A typology of Facebook fans. *Journal of Advertising Research*, 54 (1), 92-109.

Xu, J. (2010). Social media influence on government affairs. *Public Relation Magazine*, 6 (13), 113-124.

Zhou, L., Wang, T. (2014). Social media: A new vehicle for city marketing in China, *Cities*, 37, 27–32.

5 - REDES DE LUTA CONTRA A POBREZA

A DINÂMICA DAS PARCERIAS COMO ESTRATÉGIA PARA UMA CULTURA DE PROXIMIDADE NA LUTA CONTRA A POBREZA

JOANA GUERRA¹, CRISTINA ALBUQUERQUE^{1 2 3}, JACQUELINE MARQUES¹

¹Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Coimbra

²CICS.NOVA

³CEIS 20

joanaguerra@fpce.uc.pt; crisalbuquerque@fpce.uc.pt; jacmarques@gmail.com

Resumo

O enquadramento normativo das políticas sociais públicas em Portugal recomenda o trabalho em parceria como um instrumento de suporte à ação, com particular relevância na área da intervenção social e comunitária. Os atores institucionais e locais são desafiados a unir esforços, a rentabilizar os recursos, a partilhar perspetivas, a complementar competências e ações, tanto quanto possível em rede, incluindo as entidades financiadoras, promotoras, executoras e os próprios cidadãos.

A análise dos cenários de interação das parcerias é complexa e a literatura nacional e internacional oferecem uma multiplicidade de perspetivas que sugerem pelo menos duas tendências analíticas. Por um lado, o estudo das parcerias focado no planeamento e execução da função *delivery* ou provisão e distribuição de recursos perante as necessidades das pessoas (*service-focused approach*); e por outro lado a tendência para analisar a diferença que o trabalho de parceria produz nos resultados conseguidos na proteção das pessoas em situação de exclusão social (*outcomes-focused approach*).

Com base num estudo, realizado em 2016, sobre o funcionamento das Comissões Sociais de Freguesia na região Centro de Portugal, destacamos a análise sobre a dimensão estratégica de atuação das parcerias na execução da medida de apoio social, de âmbito municipal, o Fundo Municipal de Emergência Social (FMES). O estudo conjuga as duas abordagens identificadas apresentando os resultados em três partes: a) caracteriza o trabalho de interação das parcerias no âmbito da aplicação da medida de urgência económica e social; b) identifica os limites e potencialidades de ação para as instituições, para os profissionais e para os cidadãos; e por último c) apresenta recomendações transferíveis para outras parcerias de combate à pobreza e exclusão social.

Palavras-chave: Parcerias; Proximidade; Proteção Social; Fundo de Emergência Social

Abstract

The normative framework of public social policies in Portugal recommends working in partnership as an instrument to support action, with particular relevance in the area of social and community intervention. Local agents are challenged to join forces, to monetize resources, to share perspectives, to complement competencies and actions as much as possible in a network, including donors, promoters, executors and citizens.

The analysis of the interaction scenarios of the partnerships is complex and the national and international literature offer a multiplicity of perspectives that suggest at least two analytical tendencies. On the one hand, the study of partnerships focused on the planning and execution of the service delivery function or distribution and distribution of resources to the needs of the people (service-focused approach); And on the other hand the tendency to analyze the difference that the work of partnership produces in the results obtained in the protection of the people in situations of social exclusion (outcomes-focused approach).

Based on a study carried out in 2016 on the functioning of the Social Commissions of Parish in the central region of Portugal, we highlight the analysis on the strategic dimension of the partnerships in the implementation of the social support measure, of municipal scope, the Municipal Fund of Social Emergency (FMES). The study combines the two identified approaches, presenting the results in three parts: a) characterizes the interaction work of the partnerships in the application of the economic and social emergency measure; B) identifies the limits and potentialities of action for institutions, professionals and citizens; and finally (c) presents transferable recommendations for other partnerships to tackle poverty and social exclusion.

Keywords: Partnership; Proximity; Social Protection; Social Emergency Fund

Introdução

O enquadramento normativo das políticas sociais públicas em Portugal recomenda o trabalho em parceria como um instrumento de suporte à ação, com particular relevância na área da intervenção social e comunitária. Os atores institucionais locais são desafiados a unir esforços, a rentabilizar os recursos, a partilhar perspectivas, a complementar competências e ações, tanto quanto possível em rede, incluindo as entidades financiadoras, promotoras, executoras e os próprios cidadãos destinatários das medidas políticas.

A literatura de especialidade salienta que o trabalho em parceria entre agentes do setor público, privado e não lucrativo contribui para uma maior efetividade e eficiência dos serviços, adequação da agenda política e das decisões orçamentais às necessidades territorialmente identificadas (Pollitt, 2003; Cross, 2009; Godinho, 2012; Christensen, 2015). Gerir os assuntos públicos a partir do envolvimento conjunto e cooperativo dos atores sociais, económicos, políticos e institucionais constitui-se como uma estratégia de desenvolvimento territorial (Dallabrida, 2007) à qual os programas de apoio social não poderão ficar alheios.

O discurso político baseado na descentralização e na cultura de proximidade demonstram, através dos materiais legislativos das políticas sociais públicas, uma preferência por um modelo de ação assente na cultura de trabalho de parceria. Alguns exemplos paradigmáticos já instituídos no contexto nacional são, o Programa Rede Social, as Comissões de Proteção de Crianças e Jovens, os Territórios Educativos de Intervenção Prioritária, entre outros.

A disseminação de políticas participadas a nível local com múltiplas agências envolvidas criou a oportunidade de questionar as formas de ligação ou articulação que os parceiros fomentam e qual o grau ou nível de integração que conseguem alcançar entre si. A resposta a estas questões pressupõe alguma complexidade e de modo a tornar mais inteligível o percurso de consolidação de uma parceria, vários autores propõem a ilustração através de um *continuum* em que os seus polos variam entre uma baixa e uma alta integração dos parceiros. Para esta primeira ideia, criaram-se tipologias que medem o trabalho de parceria com base na extensão do envolvimento ou conexão entre diferentes organizações. A variação proposta apresenta um gradiente que estabelece um

espaço de ligação que pode fluir desde a forma mais básica de colaboração, quando reúnem e dialogam sobre as circunstâncias, necessidades e oportunidades territoriais e institucionais para ações de colaboração até ao estado em que se fundem através de objetivos, recursos e responsabilidades criando uma única organização administrativa (Marques, 2013; Guerra *et al*, 2017).

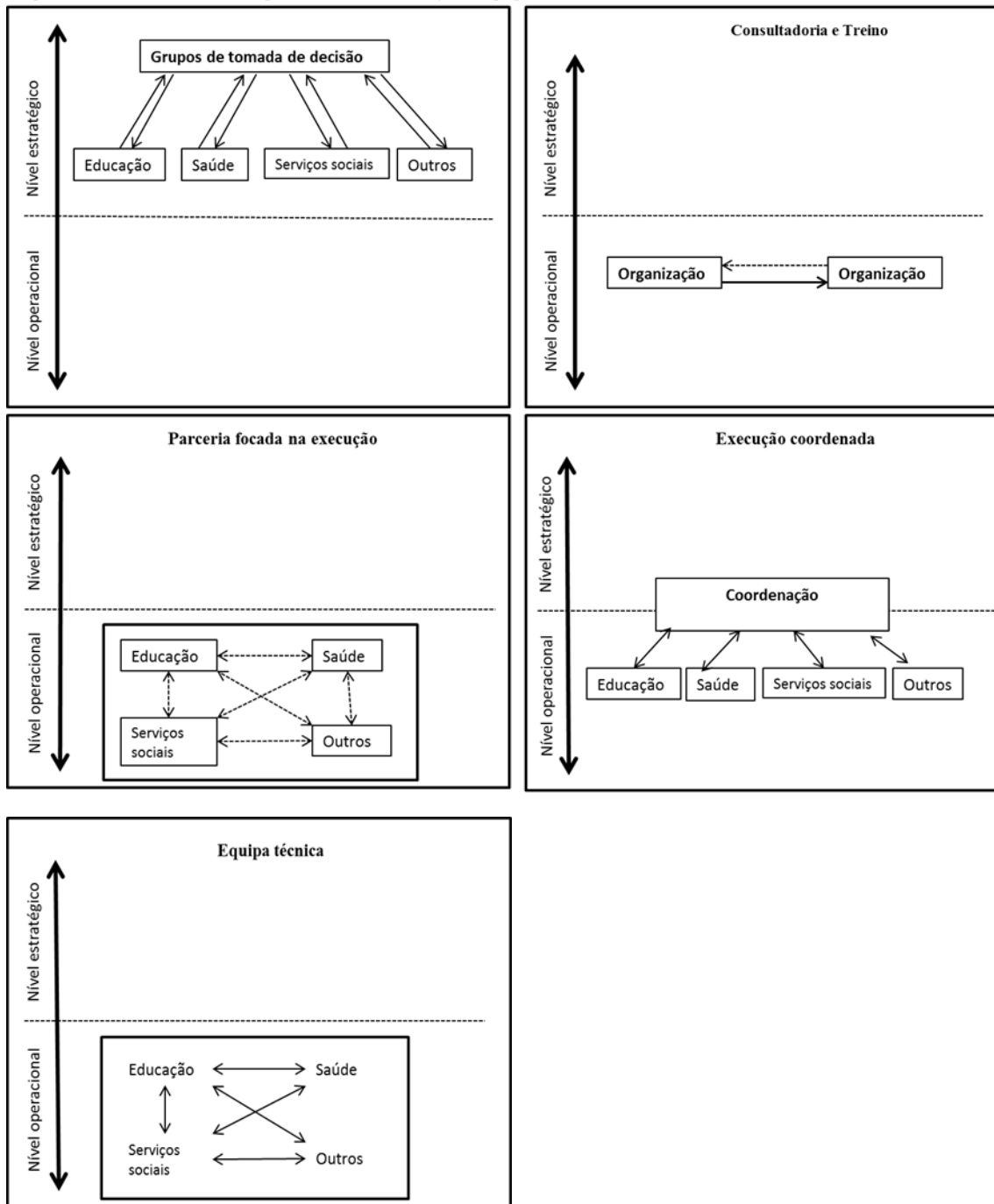
Neste sentido, uma distinção útil e bastante disseminada é feita por Frost (2005) ao identificar quatro níveis de trabalho de parceria. Começando pela forma mais ténue de parceria, a cooperação, os serviços trabalham em conjunto de forma esporádica para realizar tarefas concretas e comuns, mas mantendo a sua total independência institucional; no caso da colaboração, segundo nível de parceria, os serviços planeiam juntos e abordam questões de sobreposição, duplicação de recursos ou por outro lado identificam lacunas existentes na provisão de serviços aos cidadãos de modo a colmatá-las de forma articulada; o terceiro nível, a coordenação existe quando os serviços trabalham juntos de forma planeada, sistemática com metas compartilhadas e acordadas formalmente. Distingue-se da colaboração, uma vez que os topos hierárquicos das organizações assumem e partilham as responsabilidades sobre as ações a desenvolver e garantem a continuidade do modelo de trabalho em parceria; por último, o autor propõe a fusão ou integração, como o nível mais complexo de trabalho de parceria porque ocorre quando os diferentes serviços passam a integrar uma única estrutura que tem como objetivo unificar a prestação de serviços melhorando o acesso dos cidadãos aos recursos.

Pelo exposto, a parceria entre as organizações progride por etapas desde um nível de interação baixo até um trabalho interinstitucional completamente integrado, contudo também é possível identificar níveis de envolvimento diferentes e em simultâneo. Por exemplo, as instituições num determinado programa ou projeto podem apenas partilhar informações, mas em outro podem trabalhar de forma conjunta e desenvolver estratégias colaborativas com graus de partilha de responsabilidade elevados. As parcerias são determinadas pelos objetivos, como tal, constituem-se em função dos propósitos dos programas ou projetos, procurando a sua adequação a cada circunstância. Todavia, um aumento gradual do nível de colaboração entre parceiros é visto como um acontecimento essencial para o sucesso do trabalho em parceria (Godinho, 2012; Christensen; Hayes; Karré; 2015).

Não obstante o interesse sobre as etapas evolutivas de uma parceria é consensual reconhecer a pertinência sobre a análise das parcerias através dos contextos onde ocorrem e o propósito sobre o qual se constituem (Gajda; 2004). Neste sentido, o estudo empírico de Mary Atkinson e seus colaboradores (2005) apresenta um contributo interessante sobre o trabalho de parceria desenvolvido entre organizações das áreas da educação, da proteção social e da saúde tendo por referência a função que justifica a parceria. Os autores sistematizaram cinco modelos de trabalho de parceria (ilustrados seguidamente) com tradução no contexto atual das políticas sociais territorializadas. Os dois primeiros modelos resultam da constituição de parcerias que visam o cumprimento das funções de planeamento, decisão e inovação na organização e afetação dos recursos para os cidadãos. Os restantes três modelos têm em comum a função de execução ou ação realizada com a participação de profissionais especialistas em determinados grupos-alvo ou medidas políticas, mas com claro pendor operativo. Nestes três modelos o objetivo central das parcerias é a disponibilização de serviços multifacetados que melhoram à população destinatária das medidas políticas a acessibilidade aos recursos.

O primeiro modelo de parceria é constituído por grupos de tomada de decisão que se organizam através de fóruns de discussão e são constituídos por profissionais representantes de diferentes instituições que debatem e têm legitimidade para tomar decisões no plano estratégico da sua organização; outra forma assumida pelo trabalho de parceria tem como objetivo a consultadoria e treino de competências através da formação que garante o desenvolvimento do conhecimento especializado; focado no plano operativo, o terceiro modelo *centre-based delivery*, ou modelo baseado na execução traduz o trabalho em parceria realizado por diferentes áreas de especialidade que se organizam formal ou informalmente para unificar a sua ação, retirando os cidadãos de circuitos intra ou inter institucionais desconexos e sobrepostos; o quarto modelo denominado por *coordinated delivery*, disponibiliza uma estrutura de coordenação que formaliza e unifica o plano de intervenção, executado por diferentes parceiros institucionais, garantindo aos cidadãos o acesso aos recursos de forma mais simples, coesa e rápida; por último o trabalho de parceria pode ser desenvolvido por profissionais de primeira linha, provenientes de organizações distintas, que integram equipas técnicas para prestarem serviços diretamente à população numa lógica de articulação qualificada.

Figura 1 – Modelos de trabalho em parceria baseado nas funções do grupo



Fonte: Tradução e elaboração nossa com base em Atkinson (2005)

A compreensão sobre o modo de responder, inovadora e eficazmente, aos problemas que afetam as populações, decorre do enquadramento e análise dos mesmos no contexto espacial onde adquirem sentido e relevância, sem a ele se reduzirem é, desde logo, uma

perspetiva renovada e ecológica sobre as desigualdades socioterritoriais e sobre o modo de as considerar em termos de respostas estratégicas, adaptadas e prospetivas. Mas preconiza também uma maior proatividade dos agentes locais e uma maior articulação multinível e interterritorial, como aliás é sublinhado nos vários documentos e orientações da UE para as novas políticas sociais públicas¹. Ora, tais orientações exigem necessariamente algumas mudanças no modo como normalmente se pensa e se operacionaliza a intervenção local.

Um dos obstáculos ao desenvolvimento das parcerias, particularmente no contexto da ação social local está relacionado com o modelo tradicional de intervenção social longamente instituído. Os processos de articulação entre os atores locais, particularmente as organizações governamentais e as instituições com ligações ao poder local, estão historicamente assentes em estruturas burocráticas, com modelos de decisão e funcionamento *top-down*, de comunicação vertical, funções diferenciadas, supervisão hierárquica e a conduta profissional exercida sob o comando de normas e regulamentos institucionalizados. Como tal não é invulgar encontrar profissionais predispostos ao exercício das suas funções envolvidos numa lógica de comando em vez de partilha de pensamento e ações. Foi neste sentido que a realização do estudo empírico sobre a forma de funcionamento das Comissões Sociais de Freguesia (CSF) colheu a atenção das autoras.

As novas orientações políticas que advogam o reforço da articulação entre as instituições, uma maior flexibilidade e autonomia de ação estão a gerar ou a potenciar um leque de respostas de apoio social mais ajustadas às necessidades emergentes da população? Esta questão manifesta uma das preocupações norteadora do “Estudo Diagnóstico e Recomendações sobre as Comissões Sociais de Freguesia (2016) e do qual extraímos conclusões sobre o trabalho de parceria organizado e desenvolvido no âmbito da aplicação da medida Fundo de Emergência Social destinado a agregados familiares.

¹ Damos como exemplo: o *Relatório Barca - Uma Agenda para a Reforma Política da Coesão* (2009); *Livro Verde sobre Coesão Territorial: tirar partido da diversidade territorial* (2008); *Agenda Territorial da União Europeia* (2007).

Contexto

Este estudo foi realizado com profissionais que integram o núcleo executivo das Comissões Sociais de Freguesia no âmbito do Programa Rede Social de um município da região Centro de Portugal.

As Comissões Sociais de Freguesia constituem-se como plataformas fundamentais de concretização de medidas de foco local, bem como de planeamento e de coordenação do desenvolvimento territorial e de intervenção social a um nível de maior proximidade das populações (freguesias). Neste sentido, possuem uma relevância estratégica inequívoca, não apenas em termos de promoção da participação dos cidadãos na definição de prioridades e na alocação/construção de recursos, como na gestão e monitorização mais eficaz e eficiente desses mesmos recursos, tendo em vista a condução de iniciativas e práticas mais adaptadas à especificidade dos territórios e das respetivas dinâmicas.

Em consonância com o disposto no artigo 20.º do Decreto-Lei n.º 115, de 14 de junho de 2006, compete às Comissões Sociais de Freguesia/Interfreguesia: a) Aprovar o seu regulamento interno; b) Sinalizar as situações mais graves de pobreza e exclusão social existentes na freguesia e definir propostas de atuação a partir dos seus recursos, mediante a participação de entidades representadas ou não na comissão; c) Encaminhar para o respetivo Conselho Local de Ação Social (CLAS) os problemas que excedam a capacidade dos recursos da freguesia, propondo soluções adequadas; d) Promover mecanismos de rentabilização dos recursos existentes na freguesia; e) Promover a articulação progressiva da intervenção social dos agentes da freguesia; f) Promover ações de informação e outras iniciativas que visem uma melhor consciência coletiva dos problemas sociais; g) Recolher a informação relativa aos problemas identificados no local e promover a participação da população e agentes da freguesia para que se procurem, conjuntamente, soluções para os problemas; h) Dinamizar a adesão de novos membros, avaliando o contributo que os mesmos podem proporcionar para a concretização dos objetivos delineados e para a edificação de projetos comuns.

As CSF são a base da Rede Social em termos de intervenção de proximidade. São presididas, salvo raras exceções, pelos presidentes de Junta de Freguesia e todas as Comissões são compostas por um Núcleo Executivo, eleito em reunião plenária, e têm

um regime de funcionamento definido através da elaboração e aprovação do respetivo Regulamento Interno.

De acordo com o mesmo Decreto-Lei, as CSF são compostas pelos serviços públicos com domínio de atuação na área social, bem como pelas entidades sem fins lucrativos da freguesia, grupos comunitários organizados representativos de extratos da população e quaisquer outras pessoas dispostas a contribuir de modo relevante para o desenvolvimento social local. São exemplos, os agrupamentos de escola, as instituições particulares de solidariedade social, os centros sociais paroquiais, as associações culturais e recreativas, as empresas, associações empresariais, as unidades locais de saúde, o Instituto de Emprego e Formação Profissional, o Centro Distrital de Segurança Social e a Câmara Municipal.

De acordo com o relatório de avaliação da Rede Social 2010-2012, a dimensão das CSF é variável, sendo que cerca de metade das Comissões é composta por menos de 13 parceiros, cerca de 35% possui entre 14 a 25 parceiros e 14% são constituídas por um número elevado de instituições ou organizações (Godinho, 2012).

As CSF consubstanciam assim um conjunto de elos de proximidade e sinergias que podem contribuir para respostas mais consentâneas com a realidade concretamente vivida pelas populações locais, assumindo-se, não essencialmente como instâncias paliativas e reativas às problemáticas visíveis, mas também, e fundamentalmente, como núcleos que concretizam níveis de decisão participada, cooperativa e prospetiva.

Na verdade, os estudos sobre a “ação situada”, enquadrados nas abordagens ecológicas, acentuam a ideia de uma articulação mútua e retroalimentada entre contexto e ação. Uma tal articulação consubstancia-se desde logo na possibilidade ou impossibilidade de realizar uma ação em função dos constrangimentos do contexto, ou na oportunidade de agir sobre ele para o reorganizar ou transformar (Astier, 2003; Lave, 1988; Norman, 1993). Os recursos são assim concebidos, no âmago desta perspetiva, como “artefactos cognitivos” inscritos num contexto, ou seja, como instrumentos ou mecanismos que permitem compreendê-lo e influenciá-lo e que, como tal, se constituem como oportunidades de ação (Astier, 2003). Assim sendo, como destaca Hutchins (1995), a compreensão do “que está em causa” num determinado contexto (seja mais delimitado ou mais abrangente) decorre da conjugação e inter influência entre os recursos cognitivos das pessoas e os recursos do meio.

O contexto de crise financeira e orçamental mais recente do país originou efeitos potencialmente negativos sobre a disponibilidade de recursos em diversos domínios das políticas públicas. A área da proteção social não ficou imune à reconfiguração das lógicas subjacentes ao planeamento estratégico nacional em que uma parte substancial das soluções foi encontrada em medidas de austeridade e na forte contenção da despesa pública. A Lei n.º 64-A/2011, de 30 de dezembro, que aprovou as grandes opções do Plano para 2012-2015, explicita (na secção 3.3. - Solidariedade e Segurança Social) que o Programa de Emergência Social (PES) é fundamental para “garantir mínimos vitais de subsistência e de bem-estar, particularmente aos mais vulneráveis, às crianças, aos idosos, às pessoas com deficiência, aos desempregados e a todas as pessoas em situação de carência e de vulnerabilidade social”. Nesse sentido, apresentou os seguintes objetivos estratégicos: i) Combater a pobreza; ii) Reforçar a inclusão e coesão sociais; iii) Estimular as pessoas, capacitando-as e incentivando-as através do trabalho socialmente útil; iv) Maximizar as respostas das redes sociais já existentes; v) Fomentar a responsabilidade social; e vi) dinamizar o voluntariado.

Tendo em conta os objetivos estratégicos do PES, a noção de emergência social passou a contemplar as potencialidades das pessoas e dos territórios bem como a sua responsabilização pelo desenvolvimento social e pela ativação dos cidadãos para a resolução dos seus problemas.

Ao nível local, os municípios e o núcleo executivo das CSF incrementaram, entre outras medidas, um reforço no combate à pobreza através da aplicação da medida do Fundo de Emergência Social (FES) de forma planeada e coordenada entre autarquias, freguesias e outras agências locais. O FES consubstancia-se na atribuição de apoio financeiro excecional e temporário a agregados familiares que se encontrem, por razões conjunturais ou estruturais em situação de grave vulnerabilidade e em situação de carência económica. Apresenta como objetivos, responder às necessidades básicas e prementes dos agregados familiares mais vulneráveis em situações de pobreza e exclusão social e agilizar os mecanismos necessários para garantir a reorganização sociofamiliar em articulação com os diferentes agentes no domínio da habitação, educação, emprego e saúde. O acesso à medida é efetuado através de uma candidatura levada a cabo pelos cidadãos quando reúnem cumulativamente as seguintes condições:

- a.** residir no concelho;
- b.** ter idade superior a 18 anos ou desde que se encontrem

emancipados legalmente; **c.** disponibilizem toda a documentação necessária à instrução e avaliação do processo; **d.** tenham um rendimento *per capita* igual ou inferior à pensão social estipulada para o respetivo ano civil; **e.** não beneficiem de outro apoio económico para o mesmo fim a que se destina o objeto do seu pedido.

Esta medida traduz-se numa forma de apoio financeiro não substitutiva dos mecanismos existentes de proteção social do Estado. O fundo é proveniente do orçamento municipal, com a gestão financeira atribuída a uma entidade pertencente ao Conselho Local de Ação Social do município e muitas vezes do setor social não lucrativo.

A sua implementação, à semelhança da Metodologia de Atendimento Integrado identificada pelo Plano Nacional de Ação para a Inclusão (PNAI) (2006-2008) como uma Boa Prática para o combate à pobreza e exclusão social, surge como uma ação de desenvolvimento das políticas de apoio às famílias, com base numa intervenção descentralizada e desburocratizada que procura a otimização dos recursos. Esta metodologia implica uma interação, num único espaço, de diferentes assuntos relacionados com a área social, com o envolvimento de diferentes agentes e atores. O objetivo é promover a criação de respostas mais adequadas aos problemas sociais, rentabilizar recursos existentes, suprimindo sobreposições de intervenções, e potenciando um planeamento mais eficaz e mais rápido dos serviços.

O âmbito do FES regista, particularmente, as situações de emergência social de carácter pontual consideradas situação de gravidade excepcional resultante da insuficiência económica inesperada e ou de fatores de risco social e de saúde no seio do agregado familiar, para a qual as entidades competentes nas respetivas áreas de atuação não possam dar resposta em tempo útil.

A emergência das situações colocadas às CSF imprime uma organização em parceria coesa para que em tempo útil a entidade coordenadora e as equipas técnicas locais com formação específica possam responder de forma atempada e adequada às necessidades das famílias.

Esta parceria quando é ágil e sólida permite um conjunto de ganhos, como sejam: a melhoria na articulação, organização e funcionamento das (e entre) as organizações que possuem responsabilidades na análise da candidatura; o aumento da capacidade de identificar situações de carência urgente; o aumento da eficácia e

eficiência nas respostas oferecidas e, conseqüentemente, a melhoria na satisfação dos beneficiários quanto ao apoio prestado. Trata-se de uma metodologia que através da sua atuação territorial permite uma melhor utilização dos recursos de uma freguesia, de modo a reduzir os episódios emergentes já enquadrados em trajetórias de pobreza e exclusão social, a maior parte das vezes produzidas pela conjuntura social e económica em que o desemprego ou a precaridade laboral marcam os percursos de vida das pessoas.

Metodologia

O Estudo Diagnóstico das Comissões Sociais de Freguesia realizado na região Centro de Portugal, cujas conclusões gerais são explicitadas em relatório próprio, decorreu de janeiro a outubro de 2016 e constituiu-se como um estudo exploratório centrado num paradigma de cariz compreensivo-interpretativo.

Deste estudo extraíram-se os resultados obtidos na realização das entrevistas com os parceiros responsáveis pela aplicação e gestão do Fundo de Emergência Social.

O estudo não assumindo preocupações de generalização mas apenas de identificação e compreensão de elementos substantivos sobre o funcionamento e a estruturação das CSF em função das intencionalidades e da missão que preconizam, norteou-se por objetivos de âmbito exploratório. Deste modo, pretendeu, tão-somente, posicionar alguns dados passíveis de orientar a reflexão sobre o trabalho das parcerias institucionais no âmbito da aplicação da medida de urgência económica e social; e identificar os limites e potencialidades de ação para as instituições, para os profissionais e para os cidadãos; a partir do contacto com cinco Comissões que afirmaram a sua disponibilidade para participação na recolha de informação.

O processo de recolha de dados centrou-se numa estratégia de implicação voluntária das CSF no Estudo. Os estudos de caso foram realizados de Abril a Julho de 2016 e envolveram uma diversidade de procedimentos e a auscultação de um conjunto variado de atores: 1) visitas aos locais de funcionamento das CSF; 2) entrevista ao gestor do FES; 3) entrevistas aos membros da Comissão Restrita;

Tal permitiu obter elementos de informação importantes sobre as virtualidades e constrangimentos do funcionamento das CFS e especificamente sobre o FES.

As dificuldades do trabalho em parceria, implicado na própria presença de representantes de várias entidades na Comissão, mas também na articulação que as Comissões têm que estabelecer com outras entidades a montante e a jusante, complexificam de igual modo a sua atuação. Este trabalho exige que todas essas entidades se sintam envolvidas em torno de um objetivo comum que valorizam e que mobilizem concertadamente esforços no sentido de promover o desenvolvimento social local, a inclusão social e a erradicação da pobreza.

O presente estudo foi pois delineado e executado tendo por base as seguintes finalidades: a) Apreciação da operacionalização das CSF, designadamente, em termos de orgânica e de processos de parceria no âmbito da execução da medida FES; b) Levantamento de obstáculos e potencialidades que, na ótica dos agentes contactados, sejam resultantes das atividades da CSF e de (novas) formas de organização e de cooperação nas freguesias.

Resultados

a) Aspetos caracterizadores do trabalho de parceria no âmbito do FES

A maior centralidade que parece ser atribuída pelos profissionais entrevistados às Comissões restritas associa-se sobretudo à possibilidade de discussão partilhada de “casos” e à atribuição do Fundo de Emergência Social (FES).

“Inicialmente é a discussão da ata da reunião anterior, para ver se está tudo certo, porque há sempre dúvidas. E depois é a atribuição de valores monetários através do FES e a avaliação de casos para apoios. Eu sei que as Comissões Sociais de Freguesia não são só o FES, não é só o dinheiro. Mas que é muito importante, é. E que é mais um bom recurso, é”.

“Com a implementação do FES eu julgo que obviamente em 1º lugar as Comissões são para análise e discussão dos casos, para o apoio ou não pecuniário das famílias. (...) a grande maioria é a análise e a discussão de casos e o apoio do FES para as famílias”.

“O foco principal tem sido os casos que mais necessitam na freguesia; nós avaliamos bem as situações (...)”.

O FES constitui-se, na verdade, no discurso dos entrevistados, quer dirigentes, quer profissionais, como um elemento central na justificação da relevância das CSF e da sua utilidade relativa. A análise dos dados recolhidos sobre os sistemas de informação e comunicação entre parceiros, permite-nos concluir que as CSF contactadas

desenvolvem sobretudo mecanismos concêntricos de comunicação e informação. Estes centram-se no contacto inter parceiros, por exemplo, para agendamento de reuniões e resposta a determinadas questões mais prementes, via *email* e telefone.

“Enviamos um *mail* a todos os parceiros em que para aprovação precisamos de um mínimo de 5 aprovações para avançar”

“Mas trabalhamos muito bem sem nos conhecermos, porque comunicamos muito”

Em termos da realização de reuniões regulares, no quadro das Comissões restritas, a maioria das CSF assegura o número mínimo de sessões coletivas de trabalho, preconizado nos respetivos Regulamentos. Ainda assim, os contactos informais e estabelecidos “sempre que necessário” são entendidos, pela maioria dos agentes contactados, como essenciais e por vezes mais efetivos, em contraponto à “obrigatoriedade” de reunir para “cumprir calendário”. Em termos gerais, verifica-se que o interconhecimento dos parceiros envolvidos, a compreensão das dinâmicas territoriais e a utilização de processos de articulação mais céleres e informais (por exemplo, o contacto telefónico ou por email), permite flexibilizar (nuns casos de forma mais acentuada do que em outros) o plano de reuniões previstas em termos de funcionamento das Comissões.

“Imaginemos, temos um caso que é atendido pela segurança social ou pela Câmara, que é muito grave. Não vamos estar à espera pela reunião. Às vezes é difícil nós nos encontrarmos e por *email* trocamos a informação”.

Este aspeto não deixa de consubstanciar um modelo “tradicional” de intermediação reticular que tem caracterizado a intervenção social desde há muito no contexto português. Na verdade, trata-se de um *modus operandi* que, se por um lado fortalece canais de comunicação essenciais à co construção de planos de intervenção e permite dar seguimento e construir respostas para situações urgentes, que não se compaginam com o agendamento formal de reuniões, por outro, pode potenciar (se excessivo) a centração em casos concretos e circunstanciados e, conseqüentemente, consubstanciar uma intervenção social mais imediatista e individualizada. Como afirmavam já há 19 anos, Rodrigues & Stoer (1998), é pois necessário proceder à combinação entre, “i) as particularidades historicamente desenvolvidas em matéria de cooperação para o enfrentamento de problemas e atendimento de necessidades e, ii) os impulsos e aprendizagens desenvolvidos noutros contextos que, por força da globalização, se tornaram contextos-parceiros” (p. 103).

b) Limites e potencialidades do trabalho em parceria para as instituições, para os profissionais e para os cidadãos

Os benefícios para as instituições parceiras podem concentrar-se nos seguintes aspetos: Resposta a situações de emergência e relacionadas com as condições básicas de vida (como por exemplo, pagamento da renda da casa e das contas de água, luz e gás); Resposta em tempo útil; Partilha de informações e soluções; Redução da duplicação das formas de ajuda; Intervenção focada nas necessidades manifestadas pelos cidadãos; Aproximação dos serviços à população. Por outro lado podem considerar como desvantagens, o aumento do número de pedidos de ajuda; a dificuldade de articular e integrar algumas entidades parceiras; o tempo e recursos gastos no âmbito da parceria.

O impacto para os profissionais pode trazer benefícios na medida em que aumenta a compreensão dos problemas sociais no contexto social local; Partilha de informação; compreensão da atuação profissional em diferentes contextos organizacionais extraíndo os limites e potencialidades de cada organismo; melhoria das competências na apresentação dos casos e na adoção de estratégias de comunicação interna e externa; Aumento da confiança entre pares na implementação de soluções. Também por outro lado podem considerar como desvantagens, o aumento da carga de trabalho, número de processos e deslocações ao terreno; confusão sobre o papel dos parceiros; discussões de casos tendencialmente moralizadoras e de julgamento; ausência de planeamento e pensamento prospetivo.

Para os cidadãos o trabalho em parceria no âmbito do FES permite o acesso a serviços de proximidade; maior agilidade na solução dos problemas urgentes; profissionais em rede evitam sobreposição de estudos sociais, reduzindo a ansiedade aos cidadãos no acesso às instituições; abordagens multidisciplinares e especializadas. Como desvantagens os cidadãos podem ser alvo de uma abordagem moralizadora e de julgamento que decorre da necessidade de gestão da bolsa monetária; centração nas necessidades básicas, sem consequências na emancipação dos cidadãos em circunstâncias de fragilidade; confirmação da inoperância das instituições para ultrapassar o carácter assistencialista e paliativo no combate à pobreza e exclusão social.

Sumariamos os fatores de sucesso do trabalho de parceria:

- a. Concordância entre instituições e profissionais sobre as vantagens do desenvolvimento do trabalho em parceria;
- b. Compromisso entre parceiros para o seu bom funcionamento;
- c. Coesão do núcleo executivo aumenta a confiança dos profissionais para o trabalho em parceria;
- d. Compreensão sobre os papéis e responsabilidades de cada um dos parceiros;
- e. Variedade de canais de comunicação (reuniões calendarizadas, email, telefone, reuniões extraordinárias);
- f. Frequência de formações dirigidas aos grupos de parceiros;
- g. Processo de partilha de informação devidamente estabelecido.

Os desafios do trabalho de parceria:

- a. Alteração e substituição de orientações políticas nacionais e regionais;
- b. Fragilidades financeiras do país;
- c. Narcisismo institucional, remetendo para si o protagonismo de toda a ação;
- d. Dificuldade de aproximar e integrar instituições com modos de organização e funcionamento diferentes;
- e. Obstáculos éticos e deontológicos no processo de partilha de informação;
- f. Entendimentos divergentes sobre a complexidade dos problemas sociais;
- g. Estereótipos profissionais que reforçam a atuação paliativa;
- h. Avaliação do impacto do trabalho de parceria e os resultados conseguidos para os cidadãos.

O trabalho desenvolvido no âmbito da aplicação do Fundo de Emergência Social ilustra a construção de uma estratégia de ação centrada no trabalho de parceria. Na verdade, trata-se de um *modus operandi* que, se por um lado fortalece canais de comunicação essenciais à co construção de planos de intervenção e permite dar seguimento e construir respostas para situações urgentes, que não se compaginam com o

agendamento formal de reuniões, por outro, pode potenciar (se excessivo) a centração em casos concretos e circunstanciados e, conseqüentemente, consubstanciar uma intervenção social mais imediatista e individualizada.

A articulação entre os diversos parceiros sobre o potencial e os limites da Comissão, do seu modo de funcionamento e das ações promovidas, num determinado espaço temporal, bem como o envolvimento em dinâmicas de reflexão conjunta do que realizar e porquê, do que transformar e de que modo e do que aprofundar e com que intencionalidade, constitui-se como uma estratégia fundamental na consecução de processos de desenvolvimento e de coesão territorial mais sistemáticos, integrados e consequentes.

Neste sentido, o estudo das parcerias no contexto das CSF foi realizado com a firme convicção de que a aplicação do Fundo de Emergência Social pode ser melhorada, identificando e aprofundando os fatores que podem determinar o seu sucesso e os seus constrangimentos com vista a constituir-se como uma dimensão sinérgica e de desenvolvimento estratégico, que se encontra na base de um novo paradigma de ação e de coesão territorial e não meramente uma intervenção financeira e paliativa.

Conclusão

Embora as evidências sobre o trabalho em parceria não sejam particularmente consistentes, o estudo evidenciou que existe e tem potencialidades. Um conjunto de aspetos positivos foi identificado pelos entrevistados, assim como alguns constrangimentos como por exemplo a sobrecarga de trabalho e as dificuldades de organização e gestão do trabalho do núcleo executivo.

Os dados agora apresentados devem pois ser alvo de aprofundamento em estudos posteriores, mais longos e dirigidos ao universo das CSF da Rede Social, utilizando, em termos metodológicos, abordagens multimétodo e comparativas (pelo recurso, por exemplo, a processos de *benchmarking* e *bench learning*), bem como o contacto direto com as populações.

Bibliografia

Astier, P. (2003). Autour des mots. les approches situées de l'action : quelques outils. *Recherche et Formation*, 42, 119-125.

Atkinson, M. (2005). Multi-agency working. Models, challenges and key factors for success. *Journal of early childhood research*, 3(1), pp: 7-17.

Christensen, T. (2015). Integrated governance: How? Where? For what? In *Governança integrada: a experiência internacional e desafios para Portugal*. Lisboa: GovInt. Disponível em: <http://www.forumgovernacaointegrada.pt/>

Cordeiro, AMR; Santos, L (2013). Carta Social Municipal: uma estratégia de intervenção integrada. *Cadernos de Geografia*, nº 32 Coimbra: FLUC, pp. 357-372

Cross, J. E.; Dickmann, E.; Newman-Gonchar, R.; Fagan, M. (2009). Using Mixed-Method Design and Network Analysis to Measure Development of Interagency Collaboration. *American Journal of Evaluation*, Vol 30, Issue 3, pp. 310 - 329

Dallabrida, V. (2007). A Gestão Social dos Territórios nos Processos de Desenvolvimento Territorial: uma aproximação conceitual. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, Rio de Janeiro, v. 2, nº2, pp:44-60.

Ferrão, J. (2015). Ambiente e Território: para uma nova geração de políticas públicas com futuro, in V. Soromenho-Marques e P. T. Pereira (coord.), *Afirmar o Futuro: políticas públicas para Portugal - volume II*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, cap. 11.

Flick, U. (2014). *The sage handbook of Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.

Frey B, Lohmeier J, Lee S, Tollefson N. (2006). Measuring Collaboration Among Grant Partners. *American Journal of Evaluation*, 27(3):383-392.

Frost, N. (2005) *Professionalism, partnership and joined-up thinking: A research review of front-line working with children and families*. Dartington: Research in Practice. Disponível em: www.rip.org.uk

Frost, N.; Robinson (2005) Social Workers in Multi-Disciplinary Teams – Issues and dilemmas for professional practice, *Child and Family Social Work* 10: 187-196.

Gajda R. (2004). Utilizing collaboration theory to evaluate strategic alliances. *American Journal of Evaluation*. 25, 1:65-77.

Godinho, R.; Henriques, JM (coords) (2012). *Projeto Rede em Prática. Relatório de avaliação do programa Rede Social 2010-2012*, Lisboa: Instituto de Estudos Sociais e Económicos e Instituto de Segurança Social. Disponível em: http://www.seg-social.pt/documents/10152/147054/avaliacao_programa_rede_social/64630574-e407-4076-af8d-a147f22934b1

Guerra, J. et al (2017), “Inter-agency coordination of services for children and families – initial literature review”. Utrecht: ISOTIS disponível em: <http://www.isotis.org/isotis-publications/>

Grubbs, J. W. (2000). Can agencies work together? Collaboration in public and nonprofit organizations. *Public Administration Review*, 60(3), 275-280.

Hutchins, E. (1995). *Cognition in the wild*. Cambridge, MA: MIT Press.

Karré, P. (2015). Integrated governance and public administration in The Netherlands, In *Governança integrada: a experiência internacional e desafios para Portugal*. Lisboa: GovInt. Disponível em: <http://www.forumgovernacaointegrada.pt/>

Lave, J. (1988). *Cognition in practice: Mind mathematics and culture in everyday life*. Cambridge, NJ: Cambridge University Press.

Norman, D.A. (1993). *Things that make us smart*. New York: Addison Wesley.

Rodrigues, F.; Stoer, S. (1998). *Entre Parceria e Partenariado*. Oeiras: Celta.

Torres, A. (coord) (2008). *Estudo de Diagnóstico e Avaliação das Comissões de Protecção de Crianças e Jovens*. Lisboa: Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, ISCTE. Disponível em: http://www.cnpcjr.pt/relatorio_iscte.asp

Vale, M. (2012). *Conhecimento, Inovação e Território*. Lisboa: Edições Colibri.

Williams, P. (2015). Making Collaboration Work: Lessons for Policy and Practice. In *Governança integrada: a experiência internacional e desafios para Portugal*. Lisboa: GovInt. Disponível em: <http://www.forumgovernacaointegrada.pt/>

O TRABALHO EM REDE NA CONSTRUÇÃO DE CAMINHOS PARA UMA VIDA AUTÓNOMA – O CASO DOS SEM-ABRIGO NO ALENTEJO

MARIA MARGARIDA NAVALHINHAS
Mestre em Sociologia pela Universidade de Évora; Técnica Ação Social
guiga_marga@hotmail.com

MARIA DA SAUDADE BALTAZAR
Doutorada em Sociologia; Universidade de Évora, Departamento de Sociologia/Escola de Ciências Sociais; CICS.NOVA.UÉvora
baltazar@uevora.pt

Resumo

A pobreza é um dos problemas sociais de maior premência na atualidade. Problema multidimensional, complexo e que abrange várias áreas: económica, social, religiosa, cultural, entre outras.

Este trabalho tem por base a pobreza, as suas várias abordagens e tipologias, assim como a exclusão social numa das suas expressões, os sem-abrigo. As políticas sociais que incidem sobre esta problemática e as respostas sociais a elas associadas, constituem uma outra perspetiva de análise, especificamente centrada na região Alentejo e correspondentes respostas institucionais dirigidas aos sem-abrigo: Centros de Alojamento Temporários e Comunidades de Inserção. Pretende-se com este trabalho analisar a atuação das atuais respostas sociais para os sem-abrigo e os seus efeitos na promoção da autonomização dos seus utentes, com vista à definição de propostas de intervenção junto deste público-alvo. Isto é, estratégias de intervenção articuladas e de trabalho em rede a adotar pelas instituições do terceiro setor (IPSS) e de poder local, com vista à autonomização dos sem-abrigo, e que potenciem a sua inserção social, nomeadamente na região do Alentejo. Trata-se de um estudo numa perspetiva de sociologia da ação que visa a definição de um projeto de investigação-ação, desenvolvido a partir de: i) análise documental; ii) entrevistas semiestruturadas aos técnicos das instituições sociais e das redes sociais municipais em análise; iii) e observação participante (pela experiência profissional como técnica numa das IPSS e como participante na Unidade de Rede, no âmbito do Programa da Rede Social de Évora).

Com base na Estratégia Nacional para a Integração de Pessoas Sem-Abrigo (2009-2015), parte-se da elaboração do diagnóstico socio-organizacional das IPSS em estudo para definir eixos de intervenção estratégica no Alentejo, suportados como um reforço do trabalho em rede e enunciados a partir de uma reflexão sobre aspetos facilitadores e constrangedores do partenariado e redes sociais da região com valências de intervenção junto dos sem-abrigo.

Palavras-chave: Trabalho em Rede; Pobreza; Exclusão social; Sem-abrigo; Alentejo.

Abstract

Poverty is one of the most important social problems nowadays. It is a complex and multidimensional problem that has a wide range in areas such as: economic, social, religious and cultural, among others.

This work is based on poverty and its several approaches and typologies and one of the expressions of social exclusion: the homeless. Social policies and social answers are another perspective of this analysis mainly centered in the region of Alentejo and its institutional answers to homeless people: temporary lodging centers and integration communities. This work intends to make an analysis of the actual social answers to homeless people and its effects on the promotion of their autonomy, seeking the definition of intervention proposals with these target audience. In order to propose articulated intervention strategies and networking and the homeless autonomization to be adopted by the institutions of the third sector (IPSS) and the local power that can strengthen the social inclusion of these individuals and in this case, in the region of Alentejo. It is a study in the perspective of Sociology of Action that pretends the definition of an “Investigation – Action” project, developed from: i) documental analysis, ii) semi structured interviews to the social workers of the studied social institution and of the social networks of the city councils involved; iii) participated observation (as a social worker in an IPSS and as a participant of the network unit within the Social network Program of Évora.

Assuming as base the National Strategy for the Integration of homeless people (2009-2015), it starts with the elaboration of the social –organizational diagnosis of these IPSS to define the main points of the strategic intervention in Alentejo supported by the reinforcement of the network, made on a basis of reflection about the weaknesses and strengths aspects of the partnership and social networks in the region with intervention among the homeless.

Keywords: Networking; Poverty; Social Exclusion; Homeless; Alentejo

Introdução

O combate à pobreza e formas de exclusão social é um assunto que preocupa inúmeros dirigentes e pensadores do nosso tempo. Para Lourenço (2005, p.27) “*A pobreza e o combate à sua existência, é uma questão central das políticas sociais*”, e não podemos esquecer que esta situação de combate à pobreza não poderá somente ser encarada na sua dimensão económica mas também política e social. Em paralelo, torna-se pertinente intervir de forma multidisciplinar, concertada e em rede tendo como base uma equipa proveniente de vários domínios de intervenção, tais como segurança social, economia, emprego, formação profissional, educação, habitação, etc.

Neste contexto, as políticas sociais, que segundo Caeiro (2008), têm como objeto central a promoção do bem-estar social, deveriam dar resposta às efetivas necessidades da população. Porém verifica-se que os grupos mais carenciados tendem a tornarem-se “dependentes” das instituições que os apoiam o que, suscita, certamente, constrangimentos financeiros e de garante de sustentabilidade às estruturas de apoio a situações de emergência.

Por seu turno, as dificuldades de emprego, nomeadamente o desemprego de longa duração, têm suscitado uma reorientação das políticas sociais no sentido de promover modelos de inserção distintos das políticas sociais específicas do projeto original do Estado-Providência, o que leva a afirmar que, progressivamente, as políticas sociais tendem a adaptar-se às novas circunstâncias e necessidades socioeconómicas.

E com vista à operacionalização das políticas sociais emergem as respostas sociais enquanto preconizadoras de um serviço que a comunidade necessita e reclama. Estas respostas entendem-se não como formas estáticas de intervenção, algumas delas apoiadas por equipamentos, mas sim como formas dinâmicas e em constante mutação, tendo em conta a complexidade da realidade social. Decorrente deste contexto, é de toda a pertinência apoiar os indivíduos mais carenciados e encaminhá-los para que consigam subsistir com dignidade, desacomodando-se dos apoios, e promovendo a sua autonomização e progressiva inserção social. Com um trabalho em rede entre as instituições de apoio social este desiderato encontra maior viabilidade, tal como se pretende apresentar no presente estudo.

Este estudo visa analisar o trabalho realizado pelas instituições que apoiam os sem-abrigo, e que por diversas circunstâncias se encontram dependentes das mesmas, residindo nelas. Como perguntas de partida estabeleceu-se as que se passam a enunciar: Estarão as atuais respostas sociais para os sem-abrigo, no Alentejo, a ter eficácia na sua intervenção e a promover a autonomização dos seus utentes/clientes? Qual o papel do trabalho em rede na promoção da inserção dos sem-abrigo?

Assim, o objetivo geral consiste em conhecer a atuação das instituições sociais, com valências de intervenção para os sem-abrigo e os efeitos ao nível do trabalho em rede na promoção da autonomização dos seus utentes, com vista à definição de propostas de estratégias de intervenção junto deste público-alvo.

Enquadra-se nos estudos de investigação-ação, visto que pretende investigar para agir, pressupondo ação que, neste caso, correspondem à identificação de propostas de estratégias de intervenção futura impelindo para a mudança social. Como refere Isabel Guerra (2002, p.75):

“A investigação-ação é uma metodologia ambiciosa que pretende conter todos os ingredientes da investigação e, mais ainda, os ingredientes da acção. O conhecimento é produzido em confronto directo com o real, tentando transformá-lo, e o saber social é produzido colectivamente pelos actores sociais desconstruindo o papel de “especialista” normalmente atribuído ao cientista social.”

A metodologia adotada orientou-se para duas vertentes: uma baseada na recolha de informação disponível sintetizando os principais pressupostos teóricos sobre o tema desta investigação, mas também na análise dos regulamentos e outros documentos internos das instituições em estudo; e uma segunda a partir de informação provocada, com recurso à entrevista semiestruturada e à observação participante. Para efetuar o diagnóstico socio-organizacional da situação vivida pelos sem-abrigo nas instituições sociais que os apoiam na Região Alentejo, foram identificadas cinco IPSS, com a tipologia de Centros de Alojamento Temporários e Comunidades de Inserção, nas quais se realizaram entrevistas semiestruturadas a técnicos e a dirigentes de forma a compreender as estratégias de intervenção que desenvolvem a partir do projeto de vida e modo de autonomização deste público-alvo. Quanto às Câmaras Municipais optou-se pela realização de entrevistas a técnicos responsáveis da Rede Social de cada Concelho. A presente abordagem estrutura-se nos pontos seguintes: 1) revisão da literatura onde se abordam os conceitos chave do estudo, as medidas de proteção social e as respostas

sociais a elas associadas existentes em Portugal e ainda o papel das instituições sociais junto dos sem-abrigo. 2) apresentação dos resultados obtidos no estudo, nomeadamente perfil sociológico dos sem-abrigo no Alentejo e as estratégias de intervenção adotadas pelas instituições em análise, seguindo-se a identificação de propostas de estratégia de intervenção, em rede, com os sem-abrigos no Alentejo e, por fim, no ponto 3) as conclusões do estudo.

Revisão da Literatura

1) A pobreza e a exclusão social enquanto problema social

Ao contrário do que seria expectável, o crescimento económico a que se assistiu, sobretudo nos últimos dois séculos, não esteve associado a uma manifesta redução da pobreza, dadas as maiores oportunidades de emprego, consumo e riqueza criadas. Muitos dos estudos efetuados

“dão conta de um mal-estar crescente, associado à constatação de que os problemas de pobreza e exclusão social se têm agravado nas últimas décadas, não só com a persistência e agravamento de formas tradicionais, como também com novas manifestações e modalidades, para além do alargamento das desigualdades entre os países, entre as classes sociais e entre os indivíduos” (Roque, 2003, cit. em Lourenço, 2005, p. 37).

No contexto nacional, a crise financeira e económica tem tido graves repercussões ao nível económico-social, e um dos efeitos mais sentidos é em matéria do emprego, designadamente redução e precariedade, o que leva a situações de extrema vulnerabilidade, de pobreza e exclusão social a ela associada, que tendem a persistir, mesmo que os indicadores relativos ao desemprego apresentem uma evolução positiva. Centrando-nos no nosso País, este é um problema social que carece de soluções pois, como refere Lourenço (2005, p.256):

“O problema da pobreza no nosso país é bastante complexo, pois Portugal é, como não devemos esquecer, um país de pobreza persistente e de longa duração e esta pobreza é muito mais resistente a qualquer medida de combate do que a pobreza recente, ou de curta duração, não só pela rigidez das suas causas, mas também pela amplitude das suas consequências que se convertem em baixas aspirações, falta de iniciativa, falta de confiança, baixa autoestima, fatalismo, etc”.

O que pressupõe ressaltar o peso que a pobreza tem como problema social, esta é *“uma das faces pela qual a desigualdade social se manifesta, portanto não é um fenómeno atemporal, moral ou natural”* (Maciel, 2008, p.1), mas sim resultado de um processo que corresponde à vivência diária de milhões de pessoas no mundo.

Sendo este um conceito dinâmico e complexo, Bruto da Costa (2012, p.26) define a pobreza como uma *“situação de privação resultante de falta de recursos”*, onde a privação é encarada como uma situação de carência, neste caso, como a não satisfação das necessidades humanas básicas. Ligado ao conceito de pobreza surge o de exclusão social. Fenômeno multidimensional que se constitui como a interligação e acumulação de outros fenômenos sociais que proporcionam a sua produção e, por vezes, a sua agudização. A exclusão social não pode ser sinónimo de pobreza, contudo são dois fenômenos que se complementam, assim, e como refere Bruto da Costa, *“a pobreza representa uma forma de exclusão social, ou seja, que não existe pobreza sem exclusão social. O contrário, porém, não é válido. Com efeito, existem formas de exclusão social que não implicam pobreza”* (2012, p.63). Desta forma, estes dois conceitos relacionam-se e podemos até dizer que, nas sociedades modernas, pobreza e exclusão social se reforçam mutuamente. A exclusão social está associada não só à privação de recursos materiais como também sociais, colocando a pessoa à margem dos sistemas sociais. *“Tende a ser excluído todo aquele que é rejeitado de um certo universo simbólico de representações, de um concreto mundo de trocas e transações sociais”* (Fernandes, 1995 cit. em Rodrigues et al, p. 65), assim, em condição de exclusão, o indivíduo entra numa espiral de inutilidade face à sociedade e aos seus pares que o torna cada vez mais excluído e dependente de apoios para sobreviver. Segundo Capucha (2005, p.91) *“estar em situação de exclusão, não é ser um ‘não membro’ da sociedade, mas sim um (pelo menos tendencialmente) ‘não cidadão’, isto é, um membro da sociedade a quem foram retirados, objetivamente direitos de cidadania”*.

Na mesma perspetiva, Simmel (1907 cit. em Ivo, 2008, p.175) defende que *“(…)os pobres estão mais ou menos na posição do estrangeiro que se encontra (…) materialmente fora do grupo no qual ele reside.”*. Encaram assim a exclusão social não só pela privação material, mas sim pelo afastamento a que estas pessoas se encontram dos seus pares e da vivência em sociedade.

Em complemento, importa introduzir outro conceito no debate, o de capital social, que para Putnam, diz respeito *“a características da organização social como confiança, normas e sistemas que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”* (2000, p. 177). Atributos que para esta população em situação

de exclusão e pobreza se encontram diminuídas ou até mesmo inexistentes. Segundo Bourdieu,

“o volume de capital social possuído por um dado agente, depende do tamanho da rede de conexões que ele é capaz de mobilizar efetivamente e do volume de capital (económico, cultural ou simbólico) possuído em seu direito próprio e por cada um daqueles a quem ele está conectado” (1983, p. 189).

Capital social *“It’s not what you know, it’s who you know”* (Woolcock and Narayan, 1999, p.3), ou seja corresponde às relações que uma pessoa consegue desenvolver ao longo da vida e que se tornam “úteis” para viver a vida de forma saudável e com soluções para as dificuldades que enfrenta.

Face ao exposto, um dos casos mais visíveis de exclusão social são os sem-abrigo. Segundo, Menezes (2012), a definição de sem-abrigo não é consensual, se para uns se centra primordialmente no problema habitacional, para outros perspetivam o conceito em torno da exclusão social.

No presente trabalho adotámos a definição constante na Estratégia Nacional para a Integração de Pessoas Sem-Abrigo (2009-2015) em que:

“Considera-se pessoa sem-abrigo aquela que, independentemente da sua nacionalidade, idade, sexo, condição socioeconómica e condição de saúde, se encontre: a) sem teto – vivendo no espaço público, alojada em abrigo de emergência ou com paradeiro em local precário; b) sem casa – encontrando-se em alojamento temporário destinado para o efeito” (ENIPSA, 2009, p. 8).

Neste caso, será o enquadramento na alínea b) o que mais nos importará aprofundar.

2) Medidas de Proteção Social e Respostas Sociais de combate à Pobreza e Exclusão Social em Portugal

As políticas inclusivas e de combate à pobreza bem como os programas de luta contra a pobreza em Portugal iniciaram-se na década de 90, tendo em conta os estudos sobre a pobreza que funcionaram como alavanca para o reconhecimento político e social desta temática bem como as suas exigências a nível europeu. E foi na Cimeira de Lisboa, em Março de 2000, que *“(…) Portugal e os restantes Estados Membros da União Europeia (UE) assumiram o compromisso de produzir um impacto decisivo na erradicação da pobreza até 2010.”* (Rodrigues et al. 2008, p.5). Este compromisso tem vindo a ser renovado pela União Europeia, nomeadamente através dos sucessivos Planos Nacionais de Ação para a Inclusão (PNAI), assim como pela Estratégia Europa 2020 que reforça a questão da erradicação da pobreza e exclusão social como um dos principais objetivos.

De salientar o papel destes Programas de Luta Contra a Pobreza que, desde os anos 90, apoiam iniciativas locais visando combater a pobreza e a exclusão social, tendo em conta uma lógica integrada e articulada que reforça o papel das parcerias locais e do *empowerment* institucional, numa finalidade de autossustentabilidade das ações futuras.²

A preocupação com a construção de uma sociedade inclusiva, manteve-se com os PNAI, que para Madeira (2003, p.2):

“é, pois, um instrumento para a acção que convoca a sociedade a unir-se, de forma complementar entre todos os agentes que se sentem interpelados pelas desigualdades sociais e pelas injustiças existentes que “atiram” pessoas e famílias para as margens, ficando excluídas do acesso aos direitos essenciais”.

De notar a importância dada à necessidade da participação e envolvência de todos os agentes, inclusive dos próprios grupos de desfavorecidos, nos processos de inclusão.

Perante uma crescente sensibilização face aos sem-abrigo, várias decisões foram tomadas no sentido de solucionar o problema, e em março de 2008 o Parlamento Europeu aprova uma declaração em que os Estados se comprometem a solucionar o problema dos sem-abrigo até 2015, e, em Novembro desse mesmo ano é feita uma recomendação de compromisso no sentido de as políticas ligadas ao fenómeno dos sem-abrigo serem inseridas no quadro do Ano Europeu 2010 de Luta contra a Pobreza e Exclusão. Todos estes compromissos assumidos bem como os objetivos dos PNAI, principalmente os relacionados com o risco de exclusão social dos grupos mais vulneráveis, a participação de todos os atores e até os casos de pobreza extrema, e o fenómeno dos sem-abrigo, têm vindo a preocupar o Governo Português. Assim, foi criado um Grupo Interinstitucional composto por várias entidades públicas e privadas, coordenado pelo Instituto de Segurança Social, IP cuja missão é desenvolver uma Estratégia Nacional que cumpra as orientações europeias nesta temática mas também que contribua para a criação de medidas que visem prevenir e criar condições para que sejam acompanhadas e evitadas situações de risco e que ninguém tenha de permanecer sem alojamento condigno. Esta Estratégia é definida em 2009, objetivando-se até 2015, para resolução de um problema diagnosticado e da insuficiência de conhecimento atualizado sobre o mesmo. Nasce também da tomada de consciência de que existe um défice na resposta dada ao problema, resultante em grande medida da falta de

² In <http://www.eapn.pt/projeto/10/activar-a-participacao>

articulação e de trabalho em rede entre as intervenções. Advém ainda da necessidade de consensualizar um tipo de resposta que rentabilize os recursos existentes e evite a sobreposição de esforços. Esta Estratégia pretende ser um conjunto de orientações gerais e de compromissos entre as diversas entidades, e que visa operar a nível local no âmbito das Redes Sociais Municipais (Conselhos Locais de Ação Social |CSAS) para enquadramento nos planos de desenvolvimento social como resposta às necessidades locais. E sempre que o número de sem-abrigo justifique, deveria constituir-se um Núcleo de Planeamento, Intervenção a Sem-Abrigo (NPISA) e delinear-se um conjunto de respostas integradas (Pereira, 2016)³.

Com a avaliação dos resultados obtidos com esta estratégia pretendeu criar-se uma nova estratégia nacional para a integração de pessoas sem-abrigo, conforme a Resolução da Assembleia da República n.º 45/2016:

“A Assembleia da República resolve, nos termos do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição, recomendar ao Governo que: 1 — Proceda a uma avaliação participada da estratégia nacional para a integração de pessoas sem -abrigo, incluindo todas as entidades parceiras e as próprias pessoas sem -abrigo; 2 — Crie, a partir desse balanço, uma nova estratégia nacional para a integração de pessoas sem -abrigo, garantindo a parceria numa atividade transversal entre os diferentes setores da política social, as entidades envolvidas e as pessoas sem -abrigo; 3 — Destine recursos à concretização desta estratégia, que garantam o cumprimento dos seus objetivos.”⁴

E por inerência, interligadas à questão das políticas sociais, surgem as respostas sociais. Estas respostas entendem-se, como formas dinâmicas e que se querem em constante mutação, sendo o ajuste e flexibilidade destas respostas essencial para a prestação de um serviço eficaz de combate às situações de carência e necessidade que os indivíduos apresentam. Além disso, é importante que estas não sejam apenas respostas imediatas mas sim preventivas.

Guiando-nos pelo documento “Respostas Sociais – Nomenclaturas / Conceitos”⁵ as respostas sociais indicadas encontram-se divididas em grupos: “infância e juventude”, “população adulta”, “família e comunidade” e “grupo fechado de respostas pontuais”.

³ <https://www.publico.pt/2016/03/17/sociedade/noticia/estrategia-nacional-para-a-integracao-de-semabrigo-esta-a-ser-avaliada-1726412>

⁴ <https://dre.pt/application/file/73856186>

⁵ Aprovado pelo Secretário de Estado Adjunto do Ministro do Trabalho e da Solidariedade em 6.11.2000, e que tem vindo a ser atualizado com a coordenação da Direcção-Geral da Segurança Social da Família e da Criança (DGSSFC), foi constituído um Grupo de Trabalho que integrou representantes da Direcção-Geral de Estudos, Estatística e Planeamento (DGEEP), Instituto de Segurança Social, I.P. (ISS,I.P.), Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social (IGFSS), Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML) e Casa Pia de Lisboa, I.P. (CPL, I.P.).

Centrando-nos na população sem-abrigo esta pode enquadrar-se em dois dos grupos: “população adulta” e “família e comunidade”, como se pode observar no quadro 1.

Quadro 1- Respostas Sociais para Adultos/ Família e Comunidade

Grupo-alvo	Tipologia da Resposta Social	Descrição da Resposta Social
Pop. Adulta – Pessoas sem-abrigo	Equipa de rua para pessoas sem-abrigo	Serviço prestado por equipa multidisciplinar, que estabelece uma abordagem com os sem-abrigo, visando melhorar as suas condições de vida. Destina-se a pessoas sem-abrigo que não se dirigem aos serviços.
Pop. Adulta – Pessoas sem-abrigo	Atelier Ocupacional	Equipamento; destinada ao apoio à população adulta, sem abrigo, com vista à reabilitação das suas capacidades e competências sociais, através do desenvolvimento de atividades integradas em programas “estruturados” que implicam uma participação assídua do indivíduo, ou “flexíveis” onde a assiduidade depende da sua disponibilidade e motivação.
Família e Comunidade em Geral	Comunidade de Inserção	Equipamento, com ou sem alojamento, que compreende um conjunto de ações integradas com vista à inserção social de diversos grupos alvo que, por determinados fatores, se encontram em situação de exclusão ou de marginalização social. Destinatários: Pessoas e famílias em situação de vulnerabilidade que necessitam de ser apoiadas no processo da sua integração social, designadamente, mães solteiras, ex-reclusos, sem abrigo.
Família e Comunidade em Geral	Centro de Alojamento Temporário – CAT	Equipamento, que visa o acolhimento, por um período de tempo limitado, de pessoas adultas em situação de carência, tendo em vista o encaminhamento para a resposta social mais adequada. Destinatários: Pessoas adultas em situação de carência, nomeadamente população flutuante, sem-abrigo e outros grupos em situação de emergência social.
Família e Comunidade em Geral	Atendimento/ Acompanhamento Social	Serviço de primeira linha, que visa apoiar as pessoas e as famílias na prevenção e/ou reparação de problemas geradores ou gerados por situações de exclusão social e, em certos casos, atuar em situações de emergência. Destina-se a pessoas e famílias residentes numa determinada área geográfica (freguesia, concelho...), que se encontram em situação de vulnerabilidade social ou outras dificuldades pontuais.
Família e Comunidade em Geral	Grupo de autoajuda	Pequenos grupos para interajuda, organizados e integrados por pessoas que passam ou passaram pela mesma situação/problema, visando encontrar soluções pela partilha de experiências e troca de informação. Destinatários: Jovens e adultos com deficiência e suas famílias; Jovens e adultos com problemática psiquiátrica grave estabilizada e de evolução crónica e suas famílias; outros jovens e adultos com problemas específicos.
Família e Comunidade em Geral	Refeitório/ cantina social	Equipamento, destinado ao fornecimento de refeições, em especial a indivíduos economicamente desfavorecidos, podendo integrar outras atividades, nomeadamente de higiene pessoal e tratamento de roupas. Destinatários: pessoas/famílias economicamente desfavorecidas

Fonte: DGSSFC – Lisboa 2006 in <http://www.seg-social.pt/familia-e-comunidade>

3) O Papel das Instituições Sociais junto dos sem-abrigo: Inserção ou Dependência?

Para enquadrar conceitos como pobreza, exclusão social, respostas sociais e apoio social é necessário alargar a presente conceptualização para os de autonomia e dependência face às instituições de apoio social.

As pessoas em situação de necessidade, encontram-se vulneráveis: o desemprego, a habitação sem condições ou a ausência de habitação ou alimentação, são situações socialmente dolorosas que causam no indivíduo sentimentos de fragilidade. Assim sendo, “(...) é sempre depois de uma fase mais ou menos longa de desalento e de lassidão que as pessoas que conheceram uma desqualificação se voltam para os assistentes sociais.” (Paugam, 2003, p.17). Nesta fase, estas já aceitam integrar a categoria de dependentes para garantirem algum rendimento ou ajudas diversas, mas isto porque lhes é impossível proceder de outra forma para sobreviverem. A partir desse momento adquirem papéis sociais de acordo com o que é esperado deles, começam a justificar e a racionalizar a assistência (ex. Preciso mais por causa dos meus filhos que não tem o que comer, etc.) e começam a nascer algumas insatisfações face à assistência de que beneficiam.

A dependência institucional ou face aos apoios atribuídos, causada pelo designado assistencialismo de resolução das situações imediatas, revela não ser condição suficiente para a sua reintegração na comunidade. Tanto por falta de vontade/motivação pessoal para tal mudança como pelo eventual processo de acomodação à situação de receção de apoios associado à dificuldade das atuais respostas sociais para este público-alvo retirarem tais indivíduos da situação de dependência.

Por sua vez, a Recomendação da Comissão dos Ministros aos Estados-Membros relativa à Dependência, define-a

“como um estado em que se encontram as pessoas que, por razões ligadas à falta ou perda de autonomia física, psíquica ou intelectual, têm necessidade de uma assistência e/ou de ajudas importantes a fim de realizar os actos correntes da vida ou Actividades de Vida Diária.” (UE, 1998, cit. em Nogueira, 2009,p.8).

Estas “Atividades da Vida Diária” (AVD) e as “Atividades Instrumentais da Vida Diária” (AIVD) relacionam-se com a capacidade de autonomia do indivíduo, ao nível dos autocuidados, mas também na participação na sociedade enquanto cidadão de plenos direitos.

Por contraponto à dependência institucional surge a autonomia institucional que se pode entender como a capacidade de um indivíduo assistido, beneficiário de algum apoio social ou residente num equipamento de apoio social, conseguir a sua autossubsistência de forma independente dos apoios sociais. Esta autonomia para o indivíduo assistido requer um processo apoiado por técnicos, de forma a que a autonomização seja

sustentada e prolongada na vida da pessoa. Muitos são os casos em que a situação familiar não propicia uma salutar autonomização, contudo, os serviços sociais têm o dever de garantir o apoio para que esta se efetue tendo em conta as características da pessoa. Partindo deste pressuposto convém notar que este é um processo complexo para a pessoa assistida. Esta pode não ter interesse em se autonomizar, pode demorar até que se reúnam as condições ou pode acontecer que a pessoa não tenha capacidades nem condições para tal, devido a doenças ou à sua história familiar e modo de vida. Assim, é de salientar ainda a importância de uma equipa multidisciplinar que consiga ajudar a pessoa e, de forma prolongada, trate as suas carências e expectativas.

Por seu turno, neste processo de autonomização da pessoa dependente de apoios e de serviços sociais surge o conceito de inserção. Segundo Branco (2015, cit. em Diogo et al, 2015, p.239)

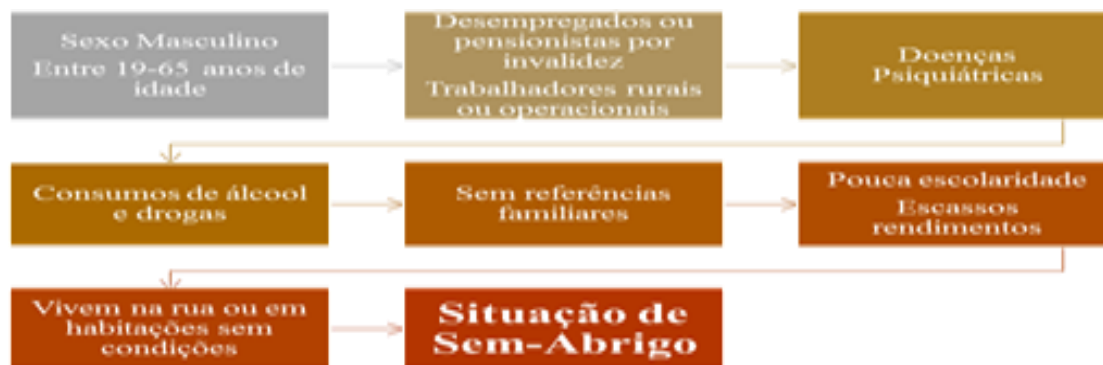
“(…), quer a reinserção no mercado de trabalho, quer a saída dos dispositivos de garantia de rendimentos e de apoio social, diferenciam-se em função do grau de mobilização dos atores sociais em torno das iniciativas de inserção e sua orientação para determinados perfis de beneficiários segundo critérios variados (relativamente à eficácia, necessidade, mérito, etc).”

No trabalho em rede entre instituições sociais envolvidas neste processo e o próprio indivíduo sobre o qual se trabalha, no processo de inserção social é de extrema importância a participação de todos os atores sociais envolvidos.

Resultados obtidos

Tendo a pergunta de partida e os objetivos de trabalho como referência efetuámos entrevistas às Instituições do Alentejo onde estes sem-abrigo se encontram institucionalizados, bem como às Câmaras Municipais, sedes de distrito onde estas respostas sociais se encontram, para melhor entendermos esta realidade social em crescimento e o que está a ser feito ao nível da promoção da sua inserção e autonomização social, com o objetivo de identificar principais problemas/constrangimentos com que se deparam na sua atuação diária e estratégias de intervenção com este público.

Figura 1 - Perfil Sociológico dos sem-abrigo no Alentejo



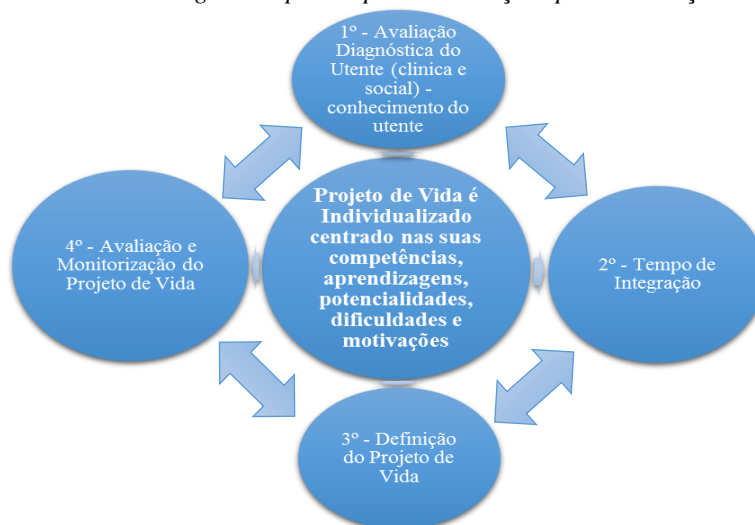
Fonte: *Elaboração própria*

Assim sendo, tendo em conta as informações disponibilizadas pelas Instituições e Câmaras Municipais foi possível traçar um perfil de sem-abrigo nesta região, ainda que de natureza qualitativa uma vez que não foi possível recolher informações a partir dos relatórios sociais dos utentes institucionalizados nas instituições em estudo, como se sistematiza na figura 1, anteriormente apresentada.

Todas as instituições entrevistadas referem que a estratégia de intervenção adotada baseia-se no projeto de vida de cada utente, que é individual e personalizado, centrado na pessoa, nas suas competências, aprendizagens, potencialidades e dificuldades. Todo este processo é dinâmico não se esgotando por isso numa só etapa. Apesar de se pautar numa sequência de etapas como vemos na figura 2, como processo dinâmico que é, esta ordem pode sofrer alterações de indivíduo para indivíduo.

No que concerne às Câmaras Municipais em análise, percebeu-se que não têm propriamente uma estratégia definida para intervir com os sem-abrigo, por considerarem não se tratar de uma realidade tida como expressiva. Contudo, as Câmaras revelam, face aos casos sinalizados, saber como intervir e a quem se dirigir, isto é, todas se dirigem ou aos Centros Distritais, sinalizando as situações, ou às Instituições que visam colmatar as necessidades mais básicas. Esta intervenção de assistencialismo, por si só, revela-se insuficiente com o passar do tempo, pois é necessário um contínuo acompanhamento técnico de inserção para que estes casos se extingam por completo e as pessoas ultrapassem a situação de vulnerabilidade em que se encontram.

Figura 2 - Síntese das estratégias adoptadas pelas Instituições para a inserção dos seus utentes



Fonte: Elaboração própria

Quanto às Instituições entrevistadas, é possível notar que estas têm uma forma definida de atuação com este público-alvo que não varia muito entre elas, quer a nível da sinalização dos casos quer para os apoios sociais que colocam à disposição dos seus utentes. Apesar de, quer as Câmaras quer as instituições de acolhimento dos sem-abrigo disporem de procedimentos que adaptam para responder aos casos sinalizados, foi referida a necessidade de uma estratégia conjunta e articulada com garante de uma atuação mais agilizada e eficiente. Outro facto apontado, e num primeiro nível de abordagem, é a desresponsabilização do Estado face a estes casos. De realçar a importância do trabalho em rede, como foi referido pela entrevistada da CMÉvora, que alegou a necessidade de se criar uma Unidade de Rede para estes casos que, a nível local, se responsabilize por encaminhar, trabalhar e analisar estes casos e definir uma estratégia de inserção comum e concertada entre todos os intervenientes locais e regionais para uma atuação mais eficaz, como, aliás, já se começou a fazer em Évora.

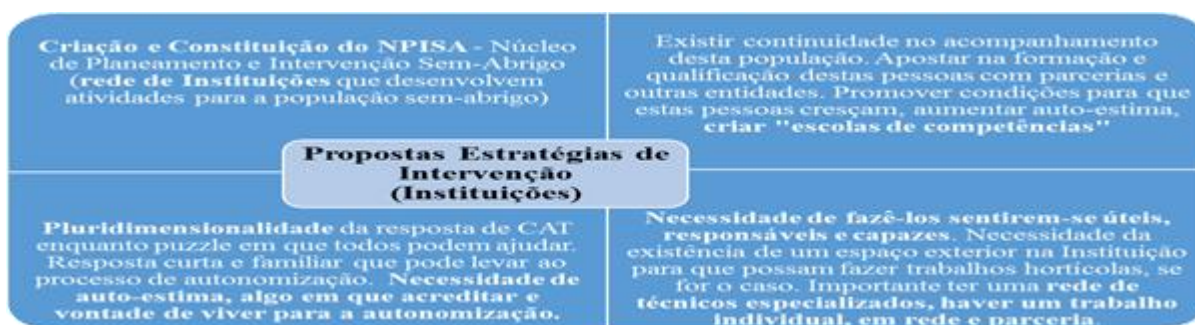
Figura 3 - Síntese das estratégias adotadas pelas Câmaras para a inserção dos sem-abrigo



Fonte: Elaboração própria

Por seu turno, as Estratégias de Intervenção propostas pelas Instituições entrevistadas foram essencialmente centradas na importância do trabalho em rede entre as instituições que operam com esta população de forma a que esta ajuda se torne mais concertada e eficaz.

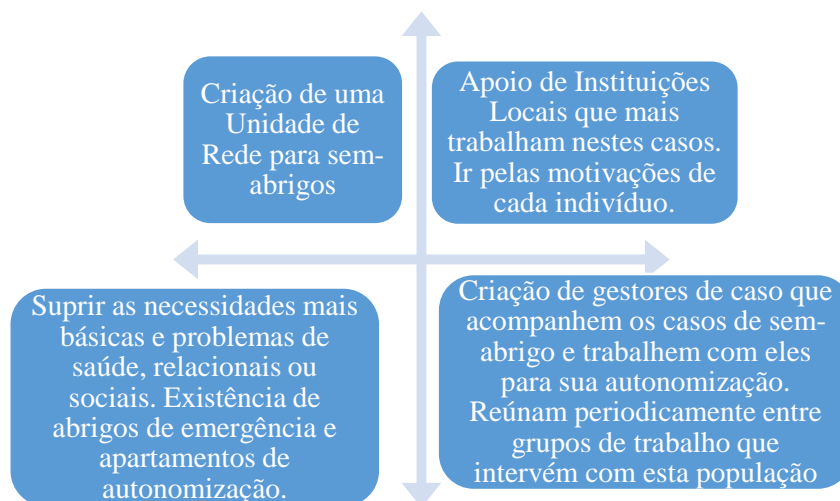
Figura 4 – Propostas de Estratégias de Intervenção pelas Instituições



Fonte: Elaboração própria

As Câmaras de Beja e Portalegre apresentaram propostas de estratégias de intervenção, sugestões e ideias da melhor forma de trabalhar com esta população enquanto que a de Évora reporta às atividades já iniciadas com vista à construção e diagnóstico de uma nova Unidade de Rede que pretende alavancar o diagnóstico deste problema social no concelho e das estratégias de intervenção e inserção a adotar com esta população.

Figura 4 - Estratégias de Intervenção propostas pelas Câmaras Municipais



Fonte: Elaboração própria

Estratégia de intervenção no Alentejo - O Trabalho em Rede na Intervenção com os sem-abrigo

Baseada no diagnóstico já efetuado ao longo do presente trabalho e nas várias estratégias de inserção para esta população já propostas e a serem implementadas no País, propõe-se que a estratégia para a região Alentejo se estruture através dos seguintes pontos:

- 1) **Introdução:** visa definir qual a origem desta estratégia, o problema para a qual foi concebida, a pertinência desta, a que níveis se vai efetivar, quais os objetivos gerais e os pontos da estratégia, qual a instituição ou entidade que ficará responsável por dinamizar a estratégia nesta região e qual o tempo de duração e aplicação da mesma.
- 2) **Diagnóstico geral da situação:** abordagem geral ao problema identificado e para o qual a estratégia visa incidir que, neste caso, são os sem-abrigo no Alentejo. Neste ponto é também importante enquadrar a situação passando de um nível macro a um nível micro, com estatísticas e dados que comprovem a situação atual.
- 3) **Conceito de pessoa sem-abrigo adotado na Estratégia:** definir qual o conceito a adotar na Estratégia e de onde este provém bem como as suas dimensões de análise tendo em conta a realidade da região Alentejo. É deste conceito que partirá toda a operacionalização da Estratégia.
- 4) **Rede de Respostas Sociais existentes no Alentejo para esta população e Áreas Geográficas de Intervenção:** fazer um mapeamento da região Alentejo (NUT II)

quanto à totalidade de respostas sociais existentes para esta população, tais como: Cruz Vermelha Portuguesa, Centros Distritais de Segurança Social, Centros de Alojamento Temporários, Comunidades de Inserção, Câmaras – CLAS, Cáritas, Cantinas Sociais, Banco Alimentar, etc..

5) Ações a Implementar – Modelo de Intervenção

5.1.) Modelo de Intervenção: definir o modelo de intervenção a implementar em casos de emergência e depois ao nível de acompanhamento, monitorização e avaliação da situação, caso a caso. Será um modelo geral em forma de esquema em que se compreenda quais as Instituições ou entidades de primeira e segunda linha e quais as responsáveis por cada fase da intervenção. Neste modelo é importante também a figura do gestor de caso, responsável por um caso que se pretenda que seja apresentado e monitorizado.

5.2.) Eixos de Intervenção:

Eixo 1 – Conhecimento do Fenómeno: visa um conjunto de medidas no sentido de promover o conhecimento do fenómeno principalmente no Alentejo, para que este possa ser intervencionado de forma eficaz e eficiente.

Eixo 2 – Qualificação da Intervenção: é importante definir três vertentes: i) formação adequada dos técnicos; ii) definir as instituições de referência específicas para este público-alvo com vista ao seu envolvimento na definição e execução da estratégia; por fim, e tendo em conta as propostas de estratégias de inserção que as entidades entrevistadas apresentaram, iii) estudar a possibilidade da criação de uma “Escola de Competências” que, com entidades parceiras e técnicos especializados, intervenha com este público no sentido de potenciar competências.

Eixo 3 – Avaliação: mecanismos e processos de avaliação de forma a avaliar se os objetivos delineados foram alcançados, que meios foram mobilizados e como intervir no futuro.

5.3.) Atores envolvidos, parceiros e Stakeholders: identificar quais os atores /entidades que precisam de estar envolvidos para que a Estratégia alcance os seus objetivos. Poderá ser pertinente verificar nos CLAS das Câmaras Municipais do Alentejo quais as Instituições que interagem com esta população, bem como, ter em conta o mapeamento das respostas sociais para sem-abrigo no Alentejo e entrar em contato com estas Instituições no sentido da sua participação e intervenção na Estratégia. É também necessário definir parceiros que intervenham para a construção do projeto de intervenção individual dos sem-abrigo.

6) Esquema de Procedimentos e Atribuição de Responsabilidades de Intervenção: construção de um esquema de procedimentos a cumprir na intervenção com esta população para a sua progressiva inserção social. Aqui é muito importante que as Instituições envolvidas trabalhem em rede em prol de uma intervenção concertada para objetivos comuns. A atribuição de responsabilidades de intervenção corresponderá à elaboração de matriz com a identificação dos responsáveis por área de intervenção, recursos a mobilizar e disponíveis por instituição (Higiene pessoal, material higiene, alimentação, alojamento, etc), assim como o gestor de caso. O gestor de caso terá de apresentar periodicamente o caso à equipa multidisciplinar envolvida na Estratégia para que todos os atores saibam da evolução de cada caso.

7) Calendário de Metas a Atingir (Implementação, Monitorização e Avaliação): definir um calendário de aplicação da Estratégia tendo em conta as fases de Implementação, Monitorização e Avaliação da mesma.

8) Conclusões: por fim, este é um ponto dedicado às ideias centrais desta estratégia, limitações e contributos para uma nova estratégia caso se justifique.

Anexos: enquadrar todos os instrumentos necessários à elaboração, execução, monitorização e avaliação da estratégia, tais como: Fichas de sinalização do sem-abrigo, Ficha de necessidades do sem-abrigo, Esquema de Procedimentos, Modelo de Intervenção, Ficha de Avaliação da Intervenção, Mapa dos Recursos Existentes na Comunidade e que cada Instituição pode dar, Ficha de Monitorização da Intervenção, entre outros que se considerem pertinentes.

Conclusões

Com este trabalho, e após a elaboração do diagnóstico organizacional das instituições de acolhimento dos sem-abrigo no Alentejo e definição do perfil deste público-alvo, concluiu-se sobre a necessidade sentida, pelas instituições e Câmaras Municipais, de uma maior e eficiente articulação entre serviços locais e regionais no sentido da procura de soluções e estratégias para estas situações de sem-abrigo e pobreza.

Com a evolução do Estado Social ocorreu progressivamente uma desresponsabilização do mesmo passando a sociedade civil a ter enorme relevo nas questões sociais, como é o caso das IPSS, que se tornaram as principais responsáveis por resolver as situações de pobreza mais emergentes. A política assistencialista que muitas vezes é utilizada não é eficaz

havendo a necessidade não só da articulação entre serviços, mas também da criação de uma estratégia de inserção comum e concertada entre os diferentes intervenientes.

Constatou-se também que as atuais respostas sociais no Alentejo para sem-abrigo estão a empreender esforços contínuos no sentido da autonomização dos seus utentes, contudo, por constrangimentos locais e, por vezes, da complexidade das estratégias e do público com que trabalham, nem sempre esta é conseguida com o sucesso desejado. Além da estratégia comum e articulada, são necessários recursos humanos e financeiros para que esta intervenção seja mais eficaz e ainda, que os apoios públicos e próprios das Instituições e Câmaras Municipais reúnam esforços para solucionar situações de pobreza que persistem sem resposta. Primeiro, dado à escassez de respostas sociais nesta região, depois dadas as dificuldades de integração no mercado de trabalho e de soluções imediatas para o problema e, finalmente, devido à necessidade de se pensar conjuntamente em soluções articuladas em vista da otimização de recursos humanos, físicos e financeiros para combater este problema social. Foi proposto um modelo de estratégia de inserção para os sem-abrigo no Alentejo de forma a que este estudo não seja somente mais uma abordagem teórica do problema da pobreza mas que seja uma alavanca para intervenções futuras e para a definição de uma estratégia de inserção para estas pessoas “sem voz”, sem força para lutarem sozinhas e que, acima de tudo, são cidadãos que necessitam de ajuda. Para isso é fundamental que se conheça, analise e intervenha com vista a lhes proporcionar melhor qualidade de vida, e de os (re)inserir na sociedade. Depois é necessária uma articulação entre serviços, qualificação dos técnicos, monitorização, plano de procedimentos e avaliação. É, pois, fundamental que exista uma estratégia concertada e comum a todos os intervenientes em prol de um único objetivo. A forma de desenvolver esta estratégia é, sem dúvida, através da Rede Social, programa de intervenção social presente nos Concelhos da Região e que permite, em conjunto com os atores sociais envolvidos na problemática, identificar problemas e definir estratégias conjuntas para minimizar e/ou solucionar tais problemas. Daí a importância do trabalho no contexto destas Redes Sociais, pois através delas é possível definir estratégias e trabalhar para objetivos comuns, neste caso a inserção dos sem-abrigo, e em larga escala, a erradicação da pobreza nesta vertente de exclusão social que são os sem-abrigo do Alentejo.

Região onde ainda existe um deficiente conhecimento sobre o fenómeno, quer ao nível dos dados estatísticos existentes nem tão pouco uma estratégia de estudo e de intervenção junto desta população. Prova disso é o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido na Rede Social de Évora com a construção de uma Unidade de Rede para sem-abrigo. Encontra-se ainda

numa fase inicial, contudo é um grande passo para uma intervenção com este público bem como um princípio em que estes estão a ser tratados como um problema social que carece de soluções que só serão obtidas em parceria. Nesta proposta de intervenção está subentendida uma lógica de cooperação entre os Concelhos do Alentejo, de atuação junto dos sem-abrigo visando a sua progressiva inserção em sociedade. A partir de um diagnóstico atual e constantemente atualizável, pareceu-nos relevante propor um modelo em rede assente numa plataforma que identifique os sem-abrigo na região e os diferentes modos de intervir junto dos mesmos de forma concertada e uniformizada com todos os atores sociais envolvidos e dando continuidade à Estratégia Nacional para Integração das Pessoas Sem-Abrigo (2009-2015), adaptando-a à região do Alentejo.

Só é possível intervir a este nível em rede, organizados para um objetivo comum, neste caso, a erradicação da pobreza numa das suas formas de exclusão social, os sem-abrigo.

Bibliografia

Assembleia da República (2016). *Avaliação e criação de uma nova estratégia nacional para a integração de pessoas sem –abrigo*. Disponível em: <https://dre.pt/application/file/73856186>. Consultado em 20 junho de 2016

BOURDIEU, Pierre (1983). *The Forms of capital*. In *Soziale Ungleichheiten (SSoziale Welt, Sonderheft 2)*. Goetting: Otto Schartz & Co., 1983. P. 183-198.

CAEIRO, Joaquim Croca (2008). *Políticas Públicas, Política Social e Estado Providência*. Coleção Manuais. Universidade Lusíada Editora. Lisboa.

CAPUCHA, Luís (2005). *Desafios da Pobreza*. Celta Editora, Oeiras.

COSTA, Alfredo Bruto da (2012) Isabel Baptista, Pedro Perista e Paulo Carrilho. *Um Olhar sobre a Pobreza. Vulnerabilidade e Exclusão Social no Portugal Contemporâneo*, Gradiva, Lisboa.

DIOGO, Fernando et al (2015). *Pobreza e Exclusão Social em Portugal. Contextos, Transformações e Estudos*. Edições Húmus, Lda. V.N.Famalicão.

GUERRA, Isabel (2002). *Fundamentos e processos de uma sociologia da acção: o planeamento em Ciências Sociais*. Principia. 2.^a ed. Cascais.

Instituto de Segurança Social, IP (ISS, I.P.) (2009). ENIPSA- Estratégia Nacional para a Integração de Pessoas Sem-Abrigo. Prevenção, Intervenção e Acompanhamento 2009-2015. Disponível em: http://www.seg-social.pt/documents/10152/13334/enipsa_2009_2015. Consultado em 16 de fevereiro de 2015.

IVO, Anete (2008). *Georg Simmel e a “sociologia da pobreza”*, caderno CRH, Salvador, v. 21, n. 52, p. 171-180, Jan./Abr. 2008. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792008000100013.

Consultado em 27 maio de 2016

PUTNAM, Robert D. (2002). *Comunidade e Democracia : A experiência da Itália moderna*. 3ª ed. Rio de Janeiro: FGV

LOURENÇO, Maria dos Prazeres (2005). *Pobreza e Exclusão Social e Políticas Sociais em Portugal. Uma Análise de Políticas Sociais na Relação com a Pobreza*. Direcção Geral da Segurança Social. Disponível em: http://www4.seg-social.pt/documents/10152/18931/Pobreza_exclusao_social_politicas_sociais_Portugal.

Consultado em 4 de junho de 2016

MACIEL, Carlos (2008). *Desigualdade e a indiferença com a pobreza*, Rev. Ter. Ocup. Univ. São Paulo, v.19, n.1, p-1-11. Disponível em: <file:///C:/Users/Margarida/Downloads/14022-17000-1-PB.pdf> Consultado em: 20 de maio de 2016

MADEIRA, (2003). *Plano Estratégico de Ação Social. Para um Portugal mais inclusivo*. Pretextos número 14. Disponível em http://www.seg-social.pt/documents/10152/63350/revista_pretextos_14 Consultado em 20 setembro de 2016

MENEZES, Filipa (2012). *Percursos sem abrigo. História das ruas de Paris, Lisboa e Londres*. Editora Mundos Sociais. Lisboa.

NOGUEIRA, José Miguel (2009). *Carta social: Rede de serviços e equipamentos. A dependência: o apoio informal, a rede de serviços e equipamentos e os cuidados continuados integrados*. Disponível em: http://www.cartasocial.pt/pdf/estudo_dependencia.pdf. Consultado a 24 abril de 2016

PAUGAM, Serge (2003). *A desqualificação social. Ensaio sobre a nova pobreza*. Educação e Trabalho Social 6. Porto Editora. Porto.

PEREIRA, Ana Cristina (2016). “*Governo manda avaliar Estratégia Nacional para a Integração de Sem-Abrigo*”. Disponível em: <https://www.publico.pt/2016/03/17/sociedade/noticia/estrategia-nacional-para-a-integracao-de-semabrigo-esta-a-ser-avaliada-1726412>. Consultado em 21 setembro de 2016

RODRIGUES et al (s/d). *A Pobreza e a Exclusão social: teorias, conceitos e políticas sociais em Portugal*. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1468.pdf>. Consultado a 15 janeiro de 2016

RODRIGUES et al (2008). *O Papel das Políticas Sociais sujeitas a condições de recursos no combate à pobreza das crianças e dos idosos em Portugal*. Centro de Investigação sobre Economia Portuguesa. Instituto Superior de Economia e Gestão. Universidade Técnica de Lisboa. Disponível em: <http://docplayer.com.br/8539539-O-papel-das-politicas-sociais-sujeitas-a-condicoes-de-recursos-no-combate-a-pobreza-das-criancas-e-dos-idosos-em-portugal.html> Consultado em 18 de setembro de 2016

Woolcock and Narayan (1999). *Social Capital Implications for Development Theory Research and Policy*. Final version submitted to the World Bank Research Observer. To be published in Vol. 15(2), 2000.

REDES, MISERICÓRDIAS E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO (POUCO)COLETIVAS?¹

Joaquim Fialho
Universidade de Évora. Cics.Nova
jfialho@uevora.pt

Carlos Alberto da Silva
Universidade de Évora. Cics.Nova
casilva@uevora.pt

José Saragoça
Universidade de Évora. Cics.Nova
jsragoca@uevora.pt

Resumo

Este artigo é uma sumula de um diagnóstico social, coordenado pelos autores, sobre as dinâmicas e as relações inter e intra organizacionais das Misericórdias do distrito de Évora. O trabalho desenvolvido tem por base uma metodologia de diagnóstico desenvolvida pelos autores deste artigo, através da qual se elabora um quadro sobre o estado atual das Misericórdias, procede-se a um mapeamento da rede e perspetivam-se estratégias de ação coletiva para as instituições.

Palavras-chave: Misericórdias, diagnóstico social, estratégias de ação coletiva

¹ Este artigo é parte integrante de um relatório mais amplo que foi realizado para o Secretariado Regional das Misericórdias do distrito de Évora.

Abstract

This article is a summary of a social diagnosis, coordinated by the authors, on the dynamics and inter and intra organizational relationships of the Mercies of the Évora district. The work is based on a diagnostic methodology developed by the authors of this article, through which we draw up a picture of the current state of Mercies, proceed to a network mapping and perspectives up collective action strategies for the institutions.

Keywords: Mercies, social diagnosis, collective action strategies

Enquadramento

O diagnóstico social é uma radiografia sobre uma determinada realidade, o qual se sustenta numa arquitetura metodológica que procura demonstrar dimensões de uma determinada organização, grupo, comunidade ou situação social. Fazer um diagnóstico social não é uma mera compilação ordenada de indicadores. Trata-se de um processo de base científica, realizado principalmente por especialistas nas áreas das ciências sociais e organizacionais, que procuram uma cartografia da situação (objeto do diagnóstico), através da demonstração de evidências que de outra forma não seriam “desocultadas” e, simultaneamente, lançar pistas para a ação futura.

Um diagnóstico não é uma auditoria. Com alguma frequência, ouvimos nos vários discursos esta confusão de conceitos. Uma auditoria remete-nos para o mapeamento de irregularidades e inconformidades num determinado contexto, sobretudo ao nível da violação de dispositivos legais. O diagnóstico está ancorado num compromisso de análise de contexto e de identificação de evidências que podem ser melhoradas, caso a entidade adjudicante o entenda. A auditoria é remete-nos para uma lógica de sanção, enquanto que o diagnóstico nos remete para a lógica de identificação.

O diagnóstico das Misericórdias do distrito de resulta de um trabalho realizado pelos sociólogos Joaquim Fialho, Carlos Alberto da Silva e José Saragoça, os quais construíram um modelo de análise assente em seis dimensões de análise diagnóstica:

- a) A **caracterização institucional**, sobretudo ao nível dos recursos humanos que asseguram a atividade regular;
- b) As **respostas sociais existentes**, designadamente as que estão presentemente ativas e o número de utentes abrangidos. Igualmente, foram identificadas respostas que são procuradas e que não se encontram no rol das oferecidas. Foi, igualmente, criada uma escala de dependência de fontes de financiamento das atividades.
- c) Os **problemas sociais a que responde** constituem uma dimensão mais abrangente em que se procedeu à relação entre os problemas sociais que são colocados à atividade das Misericórdias e os constrangimentos na ação de intervenção face aos mesmos.

- d) Nas **limitações e potencialidades da intervenção** é concebido um quadro lógico dos constrangimentos/limitações, potencialidades/pontos fortes, bem como uma inventariação de recursos necessários para melhorar a intervenção.
- e) Na **dinâmica da rede das Misericórdias do distrito de Évora** foi mapeado, através de logicas sociométricas da *social network analysis*, o quadro de interações interorganizacionais entre as vinte e cinco Misericórdias.
- f) O **diagnóstico social prospetivo** apresenta cenários sobre o futuro a ação coletiva das vinte e cinco Misericórdias.

A partir dos dados recolhidos e da análise interorganizacional desenvolvida, a equipa do diagnóstico apresentou um conjunto de recomendações estratégicas que poderão servir de apoio à decisão dos vários atores que intervêm no quadro da ação da Misericórdias.

1.A função social das Misericórdias face aos desafios demográficos

A questão do envelhecimento e das respostas sociais de apoio aos idosos têm gerado uma enorme e complexa relevância nas sociedades ocidentais. As questões relacionadas com a velhice e o modelo apoio social, os desafios colocados a novas práticas de institucionalização de idosos e a construção de respostas sociais inovadoras são desafios aliciantes da intervenção social das Misericórdias. O papel da velhice nas sociedades modernas, bem como os sistemas sociais de cuidado aos mais velhos, têm sofrido mutações através das alterações das estruturas familiares, sociais, económicas e culturais. A família moderna afasta-se da comunidade (espaço público) para constituir com base na afeição num espaço privado, de relação, onde os objetivos afetivos, ou expressivos, prevalecem às finalidades económicas. Neste quadro, as Misericórdias são instituições sociais do denominado setor da economia social que apresentam um conjunto de particularidades assentes no bem-comum e na extensão do Estado Social ou, neste contexto, de Estado-quase-Social. A vocação social das Misericórdias em Portugal assenta numa longa tradição histórica e de uma imensa obra social disseminada por todo o território. Estas instituições sociais datam de 15 de agosto de 1498, aquando da constituição da Misericórdia de Lisboa, por iniciativa da Rainha D. Leonor para responder à crise económica e social que atravessava Portugal. A incapacidade das instituições sociais, sobretudo as instituições com ligações à Igreja Católica

(irmandades, albergarias, hospitais e outras) em suprir as necessidades sociais do contexto potenciaram uma nova forma de “intervenção social” para a altura. Neste contexto, as Misericórdias passaram a ter a responsabilidade administrativa dos hospitais.

Ao longo da história as Misericórdias têm mantido a essência do seu papel social e das suas atribuições no quadro da assistência social em Portugal. Em 1976 a constituição da União das Misericórdias Portuguesa veio assegurar a estruturação de uma imensa área de intervenção social que deambula entre as dimensões da saúde e ação social para os mais diversos públicos (das crianças aos idosos).

O atual contexto social português e as particularidades que daí advêm, fundamentalmente ao nível do envelhecimento populacional colocam, tal como na sua génese, um enorme desafio para a intervenção social das instituições do setor da economia social e, em particular, às Misericórdias. A evolução demográfica mostra-nos atualmente a coexistência de duas gerações de idosos. Embora este facto não constitua por si só um problema, pode, no entanto, gerar um problema social. Tendo em conta a acentuação da invalidez resultante de doenças agravadas pelo avanço da idade, tornando os idosos cada vez mais dependentes e, por outro lado, a existência de duplas gerações faz com que estes “velhos” sejam ajudados pelos filhos – idosos, também estes no limiar da velhice.

A tendência para o envelhecimento é também uma característica dominante da população portuguesa. A evolução demográfica em Portugal tem-se revelado pouco dinâmica, predominando uma estrutura etária progressivamente envelhecida. Há mais de 30 anos, em 1981, cerca de $\frac{1}{4}$ da população pertencia ao grupo etário mais jovem (0-14 anos), e apenas 11,4% estava incluída no grupo etário dos mais idosos (com 65 ou mais anos). As características demográficas da população revelam que se agravou o envelhecimento da população na última década. Em 2011, Portugal apresenta cerca de 15% da população no grupo etário mais jovem (0-14 anos) e cerca de 19% da população tem 65 ou mais anos (INE,2011) Esta propensão que se tem manifestado de forma crescente, fomentará um desequilíbrio considerável entre as gerações, ou seja, o aumento dos mais velhos é relativamente empolado pela redução dos mais novos, contribuindo, desse modo, para o agravamento do desequilíbrio inter-geracional.

Os Censos 2011 revelam ainda que, na última década, o índice de dependência total² aumentou de 48 em 2001 para 52 em 2011. O agravamento do índice de dependência total é resultado do aumento do índice de dependência de idosos³ que aumentou cerca de 21% na última década. O índice de dependência de jovens teve, no mesmo período, um comportamento contrário, assinalando uma diminuição de cerca de 6%.

A região Alentejo ocupa a maior fatia do território nacional. Inversamente, a menor densidade populacional. O Alentejo Central ostenta um **índice de envelhecimento** superior à média regional, principalmente em função do acentuado declínio da taxa de fecundidade, o que se estabelece como um fator negativo e preocupante para o seu desenvolvimento. O aumento da esperança média de vida reflete-se, igualmente, diretamente no índice de envelhecimento.

Relativamente aos concelhos do Alentejo Central, é possível verificar também uma maior proporção de idosos relativamente aos jovens. Na década de 70, verifica-se uma evolução positiva no Alentejo Central e Litoral devido ao retorno da população das ex-colónias e a fenómenos de ordem sócio cultural. No Baixo Alentejo, anos 80, acentuou-se o decréscimo populacional e no Alto Alentejo nenhum dos seus concelhos registrou aumentos populacionais. No Alentejo Central, os valores são bastante significativos, verificando-se um decréscimo populacional. No entanto a redução menor ocorre na faixa etária dos 25-65 anos. Dos vários estudos efetuados à região do Alentejo sobressai o aumento populacional até 1950, e após esta data um decréscimo que se tem verificado até aos nossos dias. A região perdeu 1/3 da sua população, da década de 50 até agora. Até aos meados do século, o Alentejo absorveu excedentes populacionais que vinham de outras regiões do país. A partir de 1950, assiste-se a alterações no sector económico que levam muitas pessoas a saírem da região Alentejana para zonas Industriais. Neste período apenas os concelhos de Portalegre, Vila Viçosa e Évora tiveram decréscimos inferiores a 10%.

O Alentejo, que se caracteriza por ser a região mais envelhecida do País, e uma das mais

² Relação entre a população jovem e idosa e a população em idade ativa. Definido habitualmente como a relação entre a população com 0-14 anos conjuntamente com a população com 65 ou mais anos e a população com 15-64 anos. (INE, 2011)

³ Relação entre o número de idosos e a população em idade ativa. Definido habitualmente como a relação entre a população com 65 ou mais anos e a população com 15 – 64 anos. (INE, 2011)

envelhecidas da Europa, apresentava em 1991, uma pirâmide de idades com uma base muito reduzida, devido ao pequeno número de jovens, e um topo com um efetivo muito elevado de idosos. Caracterizando-se por isso por possuir uma estrutura demográfica duplamente envelhecida o Alentejo apresenta a menor percentagem de jovens (13,3%), e simultaneamente a maior percentagem de pessoas idosas (23,1%) (INE,1999). Verificou-se, em 2010, que o Alentejo continua a apresentar as mais baixas proporções de população jovem (14,1%) e um peso elevado de população idosa (21,7%), encontrando-se este valor bastante acima ao observado para Portugal (15,3%), (INE, 2011).

As alterações verificadas nos últimos anos na estrutura das atividades económicas dominantes traduziram-se numa redução drástica da atividade agrícola dando origem a alterações demográficas, que se manifestaram quer ao nível do efetivo populacional, quer na forma como essa população se distribui pela região. A região do Alentejo tem vindo sofrer algumas alterações, designadamente o declínio acentuado da atividade agrícola e o aumento dos serviços que se concentram nos lugares de maior dimensão, o que conduziu à redução do efetivo populacional, que se tem vindo a tornar cada vez mais envelhecido, particularmente nas zonas rurais. Este decréscimo e envelhecimento da população está também interligado com a migração interna. Encontrando-se debilitado o tecido económico da região, devido à fraca industrialização, os jovens e desempregados do sector agrícola, não sendo absorvidos pelo mercado de trabalho regional, procuram, sobretudo os primeiros, melhores condições de vida e trabalho em regiões mais desenvolvidas e mais atrativas. Em relação aos que toda a tiveram as suas atividades associadas à agricultura, e pelo facto de as suas qualificações escolares e profissionais serem reduzidas, não têm motivações e força de suficiente para apostarem na mudança, quer em termos de procura de emprego numa outra atividade, quer para uma possível migração para outra região ou País.

As alterações ocorridas na estrutura da população revelam diferentes comportamentos a nível regional, apesar do fenómeno do envelhecimento demográfico se generalizar em todo o território. Em 2050, o Índice de Envelhecimento ascenderá a 243 idosos por cada 100 jovens, e a proporção de pessoas idosas no total da população será de 32%. Contudo, quando se compara a um nível geográfico mais fino ficam bem evidentes as assimetrias regionais, constatando-se também que o processo do envelhecimento

demográfico será uma realidade em todas as regiões e sub-regiões

Em suma, a região do Alentejo apresenta em termos demográficos e em relação ao restante País um acentuado aumento de idosos e uma diminuição de jovens. Este quadro coloca-nos perante um enorme desafio face aos modelos de intervenção social a desenvolver pelas instituições do setor da economia social em geral, e às Misericórdias em particular.

Todavia, e como estratégia de minimização dos impactos sociais do envelhecimento, Barrón (1996) sugere um modelo de intervenção social simples e integrador, focado na pessoa idosa, institucionalizada ou não, e que passa pelas dimensões de apoio emocional, apoio material e instrumental e apoio de informação.

- O apoio emocional – diz respeito à disponibilidade de alguém com quem se pode falar, e inclui as condutas que fomentam sentimentos de bem-estar afetivo. Estes fazem com que o sujeito se sinta querido, amado e respeitado e integram expressões ou demonstrações de amor, afeto, carinho, simpatia, empatia, estima.
- Apoio material e instrumental – caracteriza-se por ações ou materiais proporcionados por outras pessoas e que servem para resolver problemas práticos e/ou facilitar a realização de tarefas quotidianas. Este tipo de apoio, tem como finalidade diminuir a sobrecarga das tarefas e deixar tempo livre para atividades de lazer. O apoio material só é efetivo, quando o recetor percebe esta ajuda como apropriada. Se isto não acontece a ajuda é avaliada como inadequada, o que pode acontecer sempre que o sujeito sente ameaçada a sua liberdade ou se sente em dívida.
- Apoio de informação – refere-se ao processo através do qual as pessoas recebem informações ou orientações relevantes que as ajuda a compreender o seu mundo e/ou ajustar-se às alterações que existem nele.

Contudo, independentemente do foco da intervenção, e como forma de responder aos mais diversos desígnios, cabe às Misericórdias a prossecução de linhas estratégicas de ação sustentadas em três dimensões:

- Os desígnios populacionais, ancorados na preocupante tendência do envelhecimento populacional, aumento da esperança média de vida,

redução da taxa de natalidade e dificuldades de fixação de jovens em territórios do interior/de baixa densidade.

- Os desígnios tipológicos que se materializam na necessidade de responder a novos problemas sociais decorrentes da fragilização socioeconómica das famílias, novos grupos sociais desfavorecidos (famílias endividadas ou em situação de pré/carência económica, entre outros).
- Os desígnios da sustentabilidade económica e da ação colocados em causa pela redução das transferências sociais do Estado e a fragilização/incumprimento do pagamento das valências utilizadas por parte dos utentes.

2. Alguns aspetos metodológicos do diagnóstico

O diagnóstico social das Misericórdias do distrito de Évora foi operado a partir de um questionário desenvolvido pela equipa de investigação para o efeito, o qual se sustenta em seis dimensões analíticas:

- I. Caracterização institucional.
- II. Respostas sociais existentes
- III. Problemas sociais a que responde
- IV. Limitações e potencialidades da intervenção
- V. Dinâmica da rede das Misericórdias do distrito de Évora
- VI. Diagnóstico social prospetivo

Foi aplicado por via indireta às vinte e cinco Misericórdias que se encontram constituídas no distrito de Évora.

O processo metodológico assentou nas seguintes fases:

1. Construção e validação do instrumento de recolha de dados
2. Aplicação e monitorização do preenchimento do diagnóstico
3. Análise e tratamento de dados
4. Diagnóstico final e recomendação de estratégias de ação

Apesar dos vários esforços realizados, apenas não foi possível obter respostas de duas das vinte e cinco Misericórdias. Todavia, o número de respostas obtidas permite desenvolver uma análise representativa destas instituições sociais.

Os dados foram tratados de ferramentas informáticas: SPSS, Ucinet, NetDraw e MACTOR.

3.Caracterização e respostas sociais

A intervenção social das vinte e três Misericórdias que se dispuseram para colaborar no diagnóstico social encontra-se materializada num quadro de recursos humanos de 1217 trabalhadores fixos. Todavia, tratam-se de números globais pois, não foi feito o mapeamento da relação valência/nº de trabalhadores. Trata-se de um número muito expressivo, facto que traduz claramente que as Misericórdias, para além da sua função social, ocupam igualmente um lugar muito relevante no quadro da criação de postos de trabalho.

As respostas sociais que sustentam a intervenção social das Misericórdias do distrito de Évora apresentam uma base clássica em que predomina o foco na pessoa idosa, designadamente ao nível dos Lares, Serviços de Apoio Domiciliário e Centro de Dia. Por outro lado, a rede de cantinas sociais/refeitórios, sociais também ocupa um lugar muito expressivo no ranking das respostas sociais, resposta esta que, se a adicionarmos à “distribuição/apoio alimentar a carenciados”, nos coloca sobre uma evidência de um certo quadro de fragilização social, em que os géneros alimentares são o principal foco de procura por parte dos utentes.

Quadro 1: Respostas sociais em funcionamento nas Misericórdias do Distrito de Évora

Respostas sociais	Quantificação das situações	
	Nº de respostas em todas as instituições	%
RS1.13. Lar de idosos	17	16,5
RS1.16. Serviço de Apoio domiciliário	17	16,5
RS17. Centro de dia	15	14,6
RS1.4. Cantina social ou refeitório social	10	9,7
RS1.10. Distribuição/apoio alimentar a carenciados	7	6,8
RS1.9. Creche/Pré-escolar	7	6,0
RS1.11. Farmácia	5	4,9
RS1.18. Família e comunidade	5	4,9
RS1.15. Loja social)	4	3,9
RS1.17. Unidade de Cuidados continuados	4	3,9
RS1.1. Aconselhamento psicossocial	2	1,9
RS1.6. Centro de acolhimentos de mulheres vítimas de violência doméstica	1	1,0
RS1.8. Centro de noite	1	1,0
RS1.14. Lar residencial para criança ou jovens em risco	1	1,0
RS1.19. Outras respostas sociais	7	6,8
Total de respostas sociais	103	100,0

Fonte: Inquérito por questionário

Há, de facto, uma concentração de respostas sociais focadas na pessoa idosa e nas questões da família e da infância (Creche/Pré-escolar, Família e comunidade). Por outro lado, a resposta social de “Farmácia” também assume um posicionamento relevante no quadro das respostas sociais disponíveis. Todavia, para além da função de resposta social, também funcionam como uma importante fonte de receita para os orçamentos das Misericórdias.

Todavia, e se atendermos às tendências demográficas regionais, não é de estranhar que sejam os idosos a absorver o maior número de respostas sociais por parte das Misericórdias. Por um lado, tal como referimos anteriormente, o foco está fundamentalmente em respostas clássicas (Lar/Centro de Dia/apoio domiciliário) mas, por outro lado, a resposta social de distribuição e apoio alimentar a carenciados/cantina social ou refeitório social assume igualmente uma cobertura muito significativa (476 + 432 utentes), tornando-as a segunda resposta linha de respostas mais relevante na intervenção social.

Quadro 2: Utentes abrangidos pelas respostas sociais das instituições

Respostas sociais	Quantificação das situações			
	Nº de instituições com o tipo de respostas	Nº máximo de utentes abrangidos numa instituição	Total de utentes abrangidos em todas as instituições por serviço	Nº. médio de utentes abrangidos por instituição
RS1.13. Lar de idosos	17	164	1088	51,81
RS1.16. Serviço de Apoio domiciliário	17	100	692	32,95
RS1.10. Distribuição/apoio alimentar a carenciados	7	356	476	22,67
RS1.09. Creche/Pré-escolar	7	143	461	21,95
RS1.04. Cantina social ou refeitório social	10	75	432	20,57
RS1.18. Família e comunidade	5	237	412	19,62
RS1.07. Centro de dia	15	66	328	15,62
RS1.17. Unidade de Cuidados continuados	4	30	94	4,48
RS1.01. Aconselhamento psicossocial	2	60	60	2,86
RS1.14. Lar residencial para criança ou jovens em risco	1	16	16	0,76
RS1.06. Centro de acolhimentos de mulheres vítimas de violência doméstica	1	15	15	0,75
RS1.19. Outra	7	73	197	9,38
Total de utentes abrangidos em todas as instituições	93		4271	

Fonte: Inquérito por questionário

Obs.: Não existem informações sobre o número de utentes abrangidos a nível da Farmácia, Loja Social e Centro de noite.

No quadro das iniciativas sociais e religiosas, podemos afirmar inequivocamente que a missão/função religiosa das Misericórdias está bem presente nos territórios em que se encontram sedeadas. Das vinte e três que responderam ao questionário do diagnóstico social, 16 desenvolvem eucaristias e atividades de culto religioso, o que significa uma taxa de 69,5%. Por outro lado, e na linha desta intervenção no âmbito da missão religiosa, as processões e romarias constituem outro tipo de iniciativa muito relevante. Contudo, notamos com alguma perplexidade, o facto da reflexão sobre as áreas de intervenção e as ações de sensibilização sobre as temáticas sociais assumirem uma expressão muito pouco significativa. Na nossa perspetiva, estas podem ser duas linhas de ação a explorar no futuro, numa lógica de reforço da intervenção junto da comunidade, bem como ao nível do reforço das representações sociais junto da população em geral. Por outro lado, atendendo ao número expressivo de trabalhadores que empregam, somos da opinião que as questões da sensibilização devem igualmente ser potenciadas junto dos trabalhadores que asseguram os serviços, dispersos pelas diferentes respostas sociais. O quadro seguinte apresenta a quantificação das iniciativas sociais e religiosas desenvolvidas pelas Misericórdias do Distrito de Évora em termos quantitativos e em termos de percentagem.

Quadro 3: Iniciativas sociais e religiosas desenvolvidas pelas Misericórdias do Distrito de Évora

Iniciativas sociais e religiosas	Quantificação das situações	
	Nº de iniciativas em todas as instituições	%
RS3.06. Eucaristias e atividades de culto religioso	16	24,2
RS3.08. Procissões e romarias	14	21,2
RS3.02. Atividades culturais	13	19,7
RS3.03. Atividades de convívio e lazer para a população em geral	7	10,6
RS3.04. Atividades sociais para grupos desfavorecidos	5	7,6
RS3.07. Funerais	6	9,1
RS3.05. Encontros de debate e reflexão sobre as áreas de intervenção	3	4,5
RS3.01. Ações de sensibilização sobre temáticas sociais para a população em geral	2	3,0
Total de iniciativas	66	100,0

Fonte: Inquérito por questionário

Colocando o foco nas fontes de financiamento da atividade das Misericórdias, não há qualquer equívoco quanto à dependência que se verifica relativamente às transferências sociais do Estado. Por outro lado, a comparticipação dos utentes é a segunda mais importante fonte de financiamento. Estas duas fontes de financiamento colocam, na nossa perspetiva, um quadro de dependência financeira volátil, na medida em que face a situações de instabilidade familiar nas famílias, sobretudo por influência de situações de desemprego, podem propiciar o incumprimento do pagamento das prestações/mensalidades da resposta social. Igualmente, parece-nos, que o baixo valor das pensões sociais/reforma podem funcionar como um obstáculo financeiro limitativo.

O pilar das transferências sociais do Estado assume uma função pendular. Em situações de oscilação positiva ou negativa nos valores a transferir, os impactos na

organização/estabilidade/saúde financeira das Misericórdias é fortemente penalizador ou estabilizador. Por esta razão, consideramos que se devem pensar em mais formas de financiamento alternativos como, por exemplo, a candidatura a projetos sociais no âmbito de Programas de Financiamento da União Europeia ou outras iniciativas sociais de aproximação a outros/potenciais públicos/utentes.

O quadro seguinte apresenta a distribuição e o nível de importância que as fontes de financiamento representam na generalidade dos orçamentos das Misericórdias do distrito de Évora. A hierarquia das fontes de financiamento das instituições é uma ordenação estatística que permite colocar ordenadamente um conjunto de variáveis, sendo que no topo surge a mais relevante e, na base a que ocupa uma menor expressão no universo em análise. Face ao exposto, fica bem evidente a relevância dos subsídios e participações estatais nos orçamentos da generalidade das Misericórdias do distrito de Évora.

Quadro 4: Hierarquias das fontes de financiamento das instituições

	<i>Mean Rank</i>
RS4.03. Subsídios e participações estatais	9,77
RS4.06. Participações de utentes/beneficiários	9,00
RS4.04. Receitas das valências	8,08
RS4.02. Rendas de imóveis	7,15
RS4.05. Candidaturas a projetos	6,31
RS4.01. Donativos de benfeitores	5,27
RS4.09. Recurso a créditos bancários	4,96
RS4.11. Outras fontes de financiamento	4,77
RS4.10. Apoios de instituições parceiras	4,46
RS4.07. Serviços prestados a outras entidades	3,12
RS4.08. Venda de património	3,12
	<i>n</i> 13
	Chi-Square 69,818
	df 10
	Asymp. Sig. ,000

Nota: *Friedman Test*

Fonte: Inquérito por questionário

3.1 Problemas sociais a que responde

Esta dimensão do diagnóstico centra-se na análise dos problemas sociais inerentes à intervenção social das Misericórdias. Os utentes com problemas de saúde constituem a principal resposta (entenda-se nesse caso preocupação) das Misericórdias. Contudo, e na sequência do que já reportamos anteriormente, as famílias em dificuldades económicas que solicitam “apoio” junto das várias respostas sociais constituem o segundo problema “mais importante” na intervenção. O quadro seguinte tem por base uma escala de “grau de importância” em que é possível identificar o peso que cada problema social ocupa no quadro geral da ação das Misericórdias. Os dados recolhidos permitem-nos reforçar a perspetiva de que, para além da intervenção clássica junto dos idosos, o apoio às famílias em dificuldades e a cedência/apoio alimentar são, inequivocamente, problemas sociais de muito relevo e que importa refletir sobre o quadro de fragilização familiar.

Quadro 5: Avaliação do grau de importância dos problemas sociais segundo as instituições

Problemas sociais	Nº de instituições	Grau de importância (%)			
		não se aplica	residual	alguma expressão	muito expressivo
PS1.01. Falta de bens alimentares/ famílias carentes	20	15,0	10,0	55,0	20,0
PS1.02. Apoio para medicamentos	19	31,6	21,1	36,8	10,5
PS1.03. Utentes com Alzheimer	19	10,5	21,1	42,1	26,3
PS1.04. Utentes com Parkinson	20	20,0	25,0	40,0	15,0
PS1.05. Utentes com outros problemas de saúde além dos referidos anteriormente	21	4,8	4,8	38,1	52,4
PS1.06. Distúrbios psicológicos e patologias mentais	19	5,3	42,1	36,8	15,8
PS1.07. Pessoas “sem-abrigo”	19	68,4	26,3	5,3	
PS1.08. Famílias em dificuldades económicas	19	10,5	21,1	26,3	42,1
PS1.09. Toxicodependência	19	42,1	47,4	10,5	
PS1.10. Alcoolismo	19	21,1	36,8	42,1	
PS1.11. Crianças e jovens “em risco”	19	26,3	26,3	26,3	21,1

Fonte: Inquérito por questionário

A hierarquia dos problemas sociais segundo as instituições é um ranking que coloca em evidência os utentes com outros problemas de saúde além dos referidos anteriormente e às famílias em dificuldades económicas como os problemas sociais mais relevantes no momento.

Quadro 6: Hierarquias dos problemas sociais segundo as instituições

	<i>Mean Rank</i>
PS1.05. Utentes com outros problemas de saúde além dos referidos anteriormente	8,74
PS1.08. Famílias em dificuldades económicas	7,89
PS1.01. Falta de bens alimentares - famílias carenciadas	7,16
PS1.03. Utentes com Alzheimer	7,11
PS1.06. Distúrbios psicológicos e patologias mentais	6,61
PS1.04. Utentes com Parkinson	5,89
PS1.11. Crianças e jovens 'em risco'	5,89
PS1.02. Apoio para medicamentos	5,58
PS1.10. Alcoolismo	5,08
PS1.09. Toxicodependência	3,42
PS1.07. Pessoas 'sem-abrigo'	2,63
	<i>n</i> 19
	Chi-Square 69,985
	df 10
	Asymp. Sig. ,000

Nota: *Friedman Test*

Fonte: Inquérito por questionário

Os idosos sem apoio familiar, os idosos em situação de carência económica e idosos em situação de isolamento geográfico constituem-se como uma outra panóplia de problemas sociais associados ao envelhecimento demográfico de território. Por outro lado, o “desemprego” jovem é outro dos problemas sociais identificados. Em suma, o quadro seguinte acentua duas tónicas: envelhecimento populacional e desemprego jovem.

Quadro 7: Outros problemas sociais identificados pelas Misericórdias do Distrito de Évora

Outros problemas sociais	Grau de incidência (%)
Ausência de competências parentais, competências de gestão doméstica e desemprego	9.09
Carências económicas graves e dificuldades de inserção no mercado de trabalho	9.09
Crianças e menores em risco com processos de proteção de menores, desemprego, delinquência juvenil	9.09
Violência doméstica	9.09
Desemprego de longa duração de indivíduos de baixa escolaridade/sem qualificação profissional	9.09
Desemprego jovem	18.18
Idosos sem apoio familiar, idosos em situação de carência económica, idosos em isolamento geográfico	36.36

Fonte: Inquérito por questionário

Concluindo, a análise dos constrangimentos das Misericórdias na respostas aos problemas sociais, a ação está inequivocamente condicionada pela escassez e/ou dificuldades de obtenção de recursos financeiros para a sua intervenção. Por outro lado, a dificuldade de obtenção de recursos humanos especializados, sobretudo na área da saúde mental na pessoa idosa, constituem um outro constrangimento significativo.

Por último, e não menos importante, as carências económicas nas famílias em situação de fragilização social acentuada, apresenta também um nível de significância muito elevado no quadro dos constrangimentos. Deste modo, recursos financeiros, humanos e carências nas famílias constituem uma trilogia de constrangimento da ação das Misericórdias do distrito de Évora.

4.Limitações e potencialidades da intervenção

Neste ponto elencamos um conjunto de limitações e potencialidades que se colocam na intervenção doas Misericórdias do distrito de Évora. Os dados recolhidos continuam a

acentuar a tónica dos constrangimentos financeiros aliás, um constrangimento que assume proporções muito relevantes. No quadro seguinte (quadro 8) podemos constatar que “os apoios financeiros reduzidos” ocupam um lugar bastante distanciados dos outros constrangimentos/limitações (34.61%). Por outro lado a existência de espaços físicos desadequados e edifícios com necessidades de intervenção também surgem, apesar de uma expressão menos, como um conjunto de constrangimentos e limitações que condicionam a intervenção da instituição a curto e médio prazo. Todavia, a “falta de camas em Lar”, a “falta de recursos humanos qualificados” e os “utentes com reformas baixas/famílias com baixos rendimentos” constituem um quadro de constrangimentos de igual “peso” na estratégia de intervenção (7.69%).

Quadro 8: Principais constrangimentos e ou limitações que condicionam a intervenção da instituição a curto e médio prazo

Principais constrangimentos e ou limitações que condicionam a instituição	Proporção do constrangimento (%)
Apoios financeiros reduzidos	34.61
Falta de camas em Lar	7.69
Desequilíbrio entre as receitas e as despesas	3.84
Espaços físicos desadequados/edifícios	11.53
Respostas sociais em acordo insuficientes	3.84
Excessiva carga administrativa/burocrática	3.84
Inexistência de espaços físicos para respostas temporárias	3.84
Falta de um Centro Dia/Noite	3.84
Grande dependência financeira da Segurança Social	3.84
Aumento do número de famílias com dificuldades para pagar mensalidades	3.84
Utentes com Reformas baixas/famílias com baixos rendimentos	7.69
Falta de RH qualificados	7.69
Cultura local de parceria insuficiente	3.84

Fonte: Inquérito por questionário

Se a análise anterior nos remete para os constrangimentos/limitações da intervenção, os dados que a seguir se apresentam procuram identificar um conjunto de potencialidades e pontos fortes que as instituições consideram relevantes no quadro da atual intervenção social. Esta análise dos pontos fortes da intervenção acentua a tônica da qualidade dos recursos humanos disponíveis e a qualidade no serviço prestado (24.13%). Por outro lado, há um conjunto de Misericórdias que apresentam como principal ponto forte a “disponibilidade de condições físicas” (17.25%).

Com igual relevância na intervenção a “capacidade técnica e logística disponível”, bem como o “reconhecimento da comunidade pela qualidade da intervenção” constituem-se com um conjunto de pontos fortes/potencialidade que se destacam no contexto da intervenção. O quadro seguinte apresenta todas as potencialidades e pontos fortes identificados.

Quadro 9: Potencialidades/pontos fortes que a instituição tem para fazer face ao atual contexto de intervenção social

Potencialidades/pontos fortes	Grau de disponibilidade (%)
Disponibilidade de condições físicas	17.25
Qualidade dos RH disponíveis/serviço prestado	24.13
Capacidade técnica e logística disponível	10.34
Diversificação de atividades socioculturais	3.4
Conhecimento da realidade social local	6.9
Estabilidade financeira da instituição	3.4
Reconhecimento da comunidade pela qualidade da intervenção	10.34
Facilidade de estabelecimento de parcerias informais	3.4
Participação de voluntários	6.9
Disponibilidade de espaços para outras respostas sociais	6.9
Diversidade das respostas sociais	3.4
Acordos com a Segurança Social	3.4

Fonte: Inquérito por questionário

O quadro que se segue remete-nos para o exercício da enumeração de recursos potenciadores e de melhoria da intervenção. Assim, são apresentados um conjunto de recursos que a existirem numa “melhor” proporção, poderiam funcionar como catalisadores da intervenção. Face aos dados anteriores e consubstanciando a coerência dos dados anteriores deste diagnóstico, a componente “financeiros/económicos” e as “instalações e equipamentos (aquisição e/ou requalificação)” na proporção de 27,6% são, inequivocamente o principal foco de necessidade de melhoria. Igualmente, os recursos humanos (qualificação/contratação), o reforço dos protocolos/acordos com o Estado e a dinamização da rede local/vontade de cooperar são necessidades que têm igual proporção (10.35%).

Quadro 10: Principais recursos para melhorar a intervenção social da instituição

Recursos mais importantes	Grau de necessidade
Humanos (qualificação/contratação)	10.35
Instalações e equipamentos (aquisição e/ou requalificação)	27.6
Financeiros/económicos	27.6
Reforço dos protocolos/acordos com o Estado	10.35
Dinamização da rede local/vontade de cooperar	10.35
Aumentar o número de vagas em Lar	3.44
Bom nível de conhecimento do território de atuação	3.44
Formar grupos sociais mais vulneráveis	3.44
Fundos Comunitários para projetos	3.44

Fonte: Inquérito por questionário

5.A rede de Misericórdias do distrito de Évora

Esta componente do diagnóstico tem como objetivo identificar a dinâmica do funcionamento da rede de misericórdias do distrito de Évora tendo por base a metodologia de *Social Network Analysis* (análise de redes sociais).

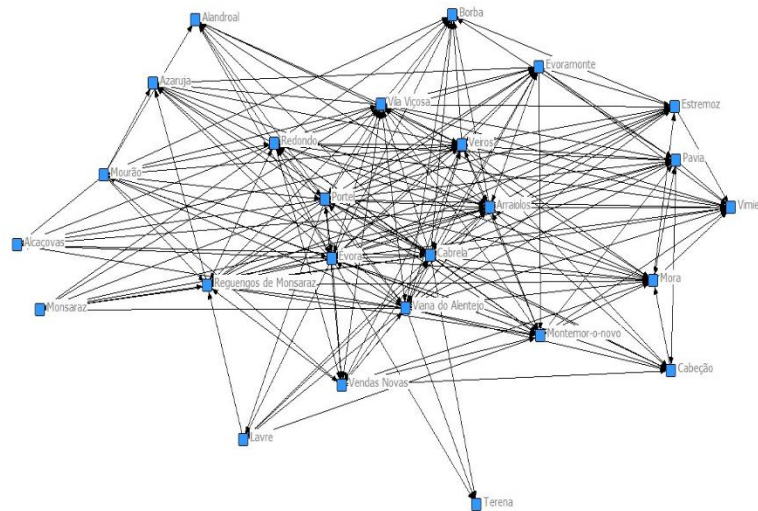
Esta perspetiva teórica e metodológica enfatiza o estudo das relações entre entidades e objetos de várias naturezas, contribuindo para a compreensão de problemas complexos, tais como a integração da estrutura social (macro) e a ação individual (micro).

As redes sociais são redes de comunicação que envolvem uma linguagem simbólica, limites culturais e relações de poder. As redes sociais surgiram nos últimos anos como um novo padrão organizacional, através da sua arquitetura de relações expressa, ideias políticas e económicas de carácter inovador, com a missão de ajudar a resolver alguns problemas atuais.

Um dos objetivos da análise de redes sociais é o conhecimento de como as propriedades de natureza estrutural da rede influenciam o comportamento, para além das características atributivas dos indivíduos, assentando a análise de redes sociais no estudo das relações entre atores sociais e os padrões e implicações dessas mesmas relações. Trata-se igualmente de uma ferramenta que possibilita realizar um diagnóstico sobre uma determinada situação, quer seja num contexto micro ou macro. Possibilita portanto, lançar novas pistas, novas questões e novas soluções.

A figura seguinte apresenta, através sociograma, a rede das Misericórdias do distrito de Évora a partir dos contactos “pouco regulares”. Apesar da densidade se situar nos 0.608 (60.80%) permite-nos sustentar a tese de que a matriz de interação entre as Misericórdias se sustenta em lógicas “pouco frequentes” de interação pois, como veremos mais adiante neste capítulo, as redes de “interações regulares” assumem níveis de densidades muito inferiores.

Figura 1: Rede de contactos pouco regulares



Fonte: Inquérito por questionário

O grau de centralidade é uma medida que reflete a atividade relacional de um ator, obtendo-se através do cálculo do número de ligações adjacentes para cada ator, isto é, mede o número de conexões diretas de cada ator num grafo. Nos dados de relações recíprocas os atores diferem uns dos outros através do número de conexões. Por sua vez, nos dados de relações orientadas é fundamental identificar a centralidade assente nos graus de entrada e centralidade assente nos graus de saída. Assim, se um ator recebe muitos vínculos denomina-se «proeminente» / «prestígio». Os atores que apresentam um elevado grau de saída são atores que têm enormes capacidades para interagir com uma multiplicidade de outros atores. Aqueles que apresentam uma centralidade de graus alta são designados como atores influentes.

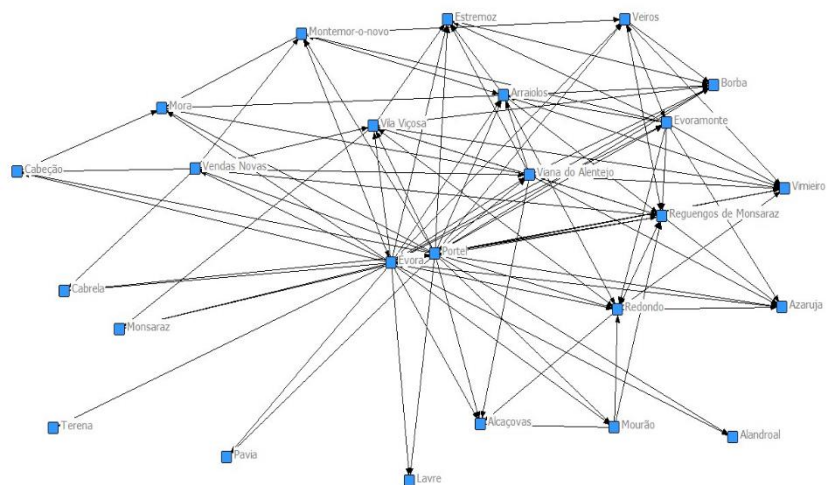
O “*outdegree*” representa o nível de interação de saída das Misericórdias, isto é, no quadro da rede, quais os atores que mais procuram os contactos com as restante congéneres. O “*indegree*” significa a centralidade dos contactos de entrada os seja, que é mais procurado na dinâmica da rede. Os dados recolhidos destacam as Misericórdias de Évora e Portel como as mais relevantes no quadro da interação de entre as suas congéneres (são que mais estimulam a procura). No lado apostro da centralidade, a Misericórdia de Reguengos de Monsaraz tem o “*indegree*” mais elevado, o que quer significar que é a instituição que mais é procurada no quadro da rede. Face à análise do grau de centralidade que se apresenta no quadro seguinte, podemos afirmar que as

Misericórdias de Évora, Portel e Reguengos de Monsaraz são os elementos mais centrais na dinâmica da rede.

O grafo seguinte representa a dinâmica de interações sociais entre as Misericórdias do distrito de Évora. Da análise da densidade da rede ($0.1967 = 19.6\%$) confirma a ideia que já referimos anteriormente isto é, o nível de regularidade de interações entre os atores envolvidos na dinâmica é muito reduzido o que, pelos dados apresentados, podemos sustentar que se verifica um individualismo moderado na ação, atendendo ao valor da densidade apresentado, bem como aos indicadores de centralidade e proximidade resultantes da matriz de interações.

Contudo, e tal como é visível na figura seguinte, rede não tem atores isolados (Misericórdias desconectadas) o que, numa lógica integracionista, podemos afirmar que os atores, apesar de conectados, apresentam um nível de interação muito residual o qual, pelo que podemos analisar, nos coloca perante mecanismos de cooperação/interação entre as Misericórdias do distrito de Évora muito ténues.

Figura 2: Rede de contactos regulares



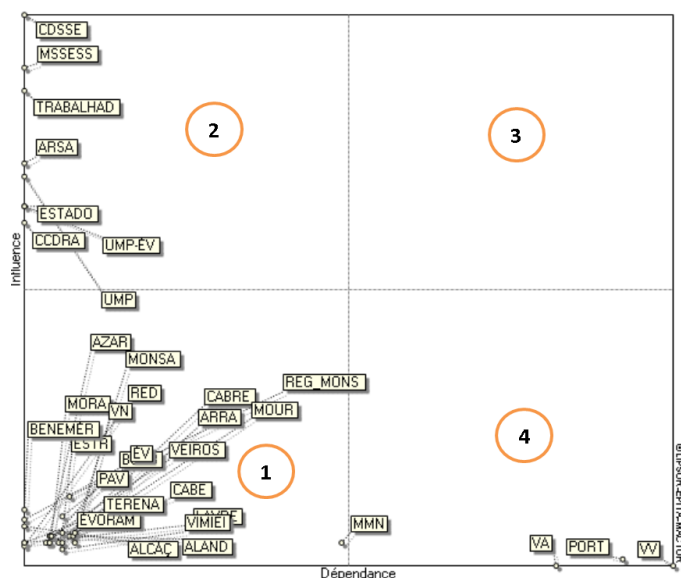
Fonte: Inquérito por questionário

6. Perspetivas de Futuro

Considerando que Misericórdias do distrito de Évora desenvolvem entre si relações que tipificámos anteriormente, importa compreender a natureza e a dimensão da dependência e da influência, considerando a perceção das próprias instituições.

Os resultados obtidos mostram que, em geral, as Misericórdias assumem um grau de dependência entre si pouco relevante. Porém, a dependência perante outros atores, nomeadamente estatais, é, assumidamente, superior e, em alguns casos muito elevada. De facto, o «plano das influências e dependências entre os atores», mostra que o Centro Distrital da Segurança Social de Évora e o Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social, o conjunto de trabalhadores/colaboradores da própria Misericórdia, a Administração Regional de Saúde do Alentejo e a União das Misericórdias Portuguesas não só são atores muito influentes como são mesmo muito pouco dependentes de quaisquer outros dos atores considerados (setor 2). Por oposição, ou seja, como entidades muito dependentes e pouco influentes (setor 4), temos as misericórdias de Vendas Novas, Porte e Viana do Alentejo. Importa sublinhar que as Misericórdias são, assumidamente, atores muito dependentes das outras entidades públicas e dos seus trabalhadores, e têm muito pouca influência sobre estas (setor 1).

Figura 3: Plano de Influências e Dependências entre atores



Fonte: Inquérito por questionário

Num sistema, a força dos atores não é idêntica. A «relação de força» de cada ator (considerando o máximo das suas influências e das suas dependências diretas e indiretas e da sua retroação – ou seja, supondo-se que um ator pode agir sobre outro, diretamente, ou indiretamente por intermédio de um terceiro). De facto, as entidades mais influentes do sistema são, por esta ordem, o Centro Distrital da Segurança Social de Évora e o Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social, o conjunto de trabalhadores/colaboradores da própria Misericórdia, a União das Misericórdias Portuguesas e os Organismos do Estado em geral.

A natureza dos objetivos estratégicos das Misericórdias para os próximos anos, bem como o grau de convergência dos atores perante eles serão dimensões fundamentais do rumo da ação, individual e coletiva destas instituições. Na procura de conhecer a valorização de objetivos teoricamente considerados pela equipa de investigação como pertinentes ou fundamentais para as organizações, obtiveram-se os dados constantes na matriz de posições valorizadas (matriz 2MAO) ⁴. Embora variável (o que se compreende dado que a situação de cada misericórdia é em si mesma única, por considerar-se um sistema de ação concreto, com meios e objetivos próprios e específicos), existe uma posição globalmente favorável face a todos os objetivos apresentados (são meramente pontuais as respostas com sinal negativo, ou seja, que os objetivos que, do ponto de vistas das misericórdias, não são considerados importantes ou são neutros).

⁴ Referimo-nos, neste caso, à pergunta “**PF2**..Pensando na ação futura da sua Misericórdia para os próximos 5 anos (2020) indique o grau de importância dos seguintes objetivos para a concretização dessa ação”. Os objetivos, identificados na figura com as letras A a M são os seguintes: A - Encontrar respostas para novas problemáticas; B - Garantir autonomia financeira; C -Reformular práticas para modernização das respostas sociais; D - Apostar na formação contínua de RH; E - Criar Valências (mais) lucrativas; F - Melhorar a qualidade da intervenção; G - Investir em tecnologias para a melhoria da intervenção; H - Conceber/Programar novos projetos; I - Estabelecer (novas) parcerias com outras entidades da sociedade civil; J - Contratar colaboradores qualificados; L - Reestruturar o funcionamento da Misericórdia; M - Tentar trabalhar mais em conjunto com as outras misericórdias do distrito de Évora. Para resposta, foi usada a seguinte escala: 0: O objetivo é neutro para a atividade da minha Misericórdia; 1: O objetivo tem (-1 = não tem) consequências sobre os **processos** da minha Misericórdia/é importante para o bom funcionamento dos processos operacionais, de gestão, da minha Misericórdia; 2: O objetivo tem (-2 = não tem) consequências sobre os **projetos** da minha Misericórdia / é muito importante para a realização de projetos da minha Misericórdia; 3: O objetivo tem (-3 = não tem) consequências sobre a **missão** da minha Misericórdia / é indispensável para o cumprimento da missão da minha Misericórdia; 4: O objetivo tem (-4 = não tem) consequências sobre a **existência** da minha Misericórdia / é indispensável para a continuidade da minha Misericórdia.]

Os cinco objetivos mais valorizados, pelo conjunto dos atores, são, por ordem decrescente, os seguintes: garantir autonomia financeira; melhorar a qualidade da intervenção; conceber/programar novos projetos; reformular práticas para modernização das respostas sociais; apostar na formação contínua de RH; e investir em tecnologias para a melhoria da intervenção.

De notar que “Tentar trabalhar mais em conjunto com as outras Misericórdias do distrito de Évora” é, de entre os apresentados, o objetivo estratégico que regista menor grau de importância (para 22% das entidades o objetivo é neutro). Acresce que, igualmente, estas entidades não assumem com particular entusiasmo o “estabelecimento de novas parcerias com outras entidades da sociedade civil”. Esta situação parece revelar que, em geral, as Misericórdias do distrito de Évora consideradas neste estudo não consideram uma prioridade estratégica implementarem, nos próximos cinco anos, ações de colaboração ativa com as outras instituições congéneres.

É igualmente relevante notar que quatro dos objetivos apresentados não são considerados importantes para algumas (ainda que poucas, Misericórdias). É o caso dos objetivos “reestruturar o funcionamento da Misericórdia” (para uma Misericórdia), “contratar colaboradores qualificados” (para uma misericórdia), “encontrar respostas para novas problemáticas” (para duas misericórdias) e “Criar Valências (mais) lucrativas”.

Estes dados indiciam que, pelo menos no futuro próximo, não é expectável a possibilidade de quebrar a situação de relativo «isolamento» em que vivem as Misericórdias do distrito, pese embora a sua pertença a entidades associativas como a UMP-EV ou a UMP, tal como não se espera uma estratégia generalizada de proatividade estratégica orientada para o desenvolvimento da ação por parte destas entidades.

Considerações sobre o futuro

A análise da dinâmica do “jogo de atores” realizada permite refletir sobre as estratégias das Misericórdias do distrito de Évora, pondo em relevo os objetivos mais importantes para os atores e as relações de força (poder) entre eles, bem como as áreas de convergência que potenciam alianças entre as instituições.

Constatamos que os atores mais relevantes e decisivos para o futuro das Misericórdias são entidades públicas/estatais, com capacidade de financiamento da atividade daquelas entidades mediante a contratualização estabelecida, além das instituições coletivas representativas das Misericórdias (UMP e UMP-Évora), a juntar aos próprios trabalhadores das Misericórdias. Efetivamente, o estudo da relação de forças entre os atores mostrou-nos que, sobretudo, o CDSSE e o MSSESS são dois atores que exercem uma influência de tal modo importante que a sua ação pode constituir uma ameaça ao cumprimento da missão das Misericórdias e, em certa medida, a sua própria sobrevivência. Estas duas entidades constituem-se, então, como algumas das principais entidades reguladoras do sistema de ação das misericórdias, como atores «integradores», ou seja, aqueles que, num sistema, encontram-se em “posição de árbitro entre os interesses conflituais dos participantes e que, com a força que lhes dá essa posição, asseguram de facto senão de direito uma parte da regulação, operando os ajustamentos e os equilíbrios entre os atores, sem os quais o sistema estiolaria” (Friedberg, 1993, p. 162).

No sistema, é evidente uma fraca interdependência entre a generalidade das misericórdias e que são de Borba, Redondo, Alcáçovas, Terena e Lavre as misericórdias que registam maior relação de força.

Em todos os sistemas sociais os diversos atores possuem objetivos consensuais e objetivos em torno dos quais de travam conflitos mais ou menos intensos, ou seja, existem objetivos à volta dos quais é possível um grande número de atores convergir e, por conseguinte, ser possível mobilizar e articular vontades em torno deles, e outros objetivos em que os atores divergem, e que, por isso, podem ser foco de tensão ou conflito. No presente caso, verifica-se que não há uma diferença muito relevante entre os atores no que respeita aos objetivos que possuem e que as diferenças existentes situam-se essencialmente a nível da hierarquia das suas prioridades. Segundo a maioria das Misericórdias, o futuro próximo deverá passar por melhorar a qualidade da intervenção através de mecanismos que garantam a autonomia financeira, tais como a conceção/programação de novos projetos, acompanhados de uma reformulação das práticas tendo em vista a modernização das respostas sociais, da aposta na formação contínua dos recursos humanos e do investimento em tecnologias que potenciem a melhoria da intervenção das Misericórdias.

A componente financeira surge como fator estruturante do futuro das Misericórdias. Estando muito dependentes de outras entidades no que respeita aos meios de ação (já que para cumprirem os objetivos, a generalidade dos atores detém essencialmente meios materiais e meios humanos, faltando-lhes, globalmente, meios financeiros, designadamente capitais necessários à implementação dos seus projetos), a cooperação entre as misericórdias não surge como um dos objetivos mais significativos para as direções destas entidades.

Porém, o facto de haver grande proximidade a nível dos objetivos por parte das misericórdias é, como se disse, um fator potenciador de consensos mobilizadores e da cooperação interorganizacional.

A análise empreendida permite ainda destacar a existência de assinaláveis níveis de convergência dos atores face aos objetivos e pôr em destaque os pares de atores em que essa convergência é maior. É o caso da convergência de objetivos existente as Misericórdias de Évora e de Reguengos de Monsaraz, entre esta e a de Portel e entre esta e a sua congénere de Évora. Esta situação revela potencialidades para uma ação concertada em torno de objetivos comuns, ainda que, globalmente, o futuro sistema de ação das misericórdias do distrito de Évora se possa caracterizar como um *campo* de cooperação estratégica *moderada* entre a generalidade dos atores.

Atendendo às enormes limitações de meios de ação com que, em geral, estas misericórdias se confrontam, importaria desencadear com a maior brevidade reflexões entre os atores por for a potenciarem-se parcerias colaborativas. Na verdade, a variedade e a heterogeneidade de atores e projetos “fazem aumentar os fluxos e as interações, multiplicando as necessidades de negociação e de procura de compromissos” (Guerra, 2006, p. 26) com dinâmicas muito próprias.

Estamos, por conseguinte, perante um sistema em que as regulações estão clara e suficientemente evidenciadas, sendo claro que o sistema é muito estável - ou seja, as dependências das misericórdias perante entidades públicas são generalizadas e, no futuro próximo (5 anos), não parece haver uma vontade estratégia transversal, generalizada, de colaboração/parceria, leia-se, de ação conjunta, coletiva, por parte das misericórdias, a fim de alterarem esta situação típica do “orgulhosamente sós”. Tal verifica-se apesar dessa ação coletiva estar bastante facilitada. Na verdade, a

proximidade registada entre pares e grupos de atores em torno dos mesmos objetivos permite-nos equacionar que há um campo potencial para uma ação de coordenação e (re)ajustamento cooperativo dos atores no quadro de uma estratégia que, mais do que individual, possa ser coletiva. Há, pois, um espaço para a concretização de formas de gestão participada e colaborativa, em determinadas áreas que este estudo evidencia, que potenciam a legitimação da ação pública das misericórdias.

Em síntese e considerando a análise estratégica de atores empreendida, são duas as principais características que definem a especificidade deste sistema de ação:

1) As Misericórdias, em geral, estão muito mais dependentes de instituições do estado, dos seus próprios trabalhadores e das estruturas representativas das misericórdias (regional e nacional) do que da ação das outras congéneres do que das restantes congéneres. Efetivamente, as Misericórdias sentem-se sobretudo dependentes de entidades como o Centro Distrital da Segurança Social de Évora, o Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social, a União das Misericórdias Portuguesas – UMP; organismos do Estado em geral, a Administração Regional de Saúde do Alentejo, o Secretariado Regional do Distrito de Évora da UMP e da CCDR Alentejo.

2) Entre as Misericórdias, existem níveis de convergência assinaláveis em termos de objetivos de ação. Esta situação é potencialmente geradora de consensos que mobilizem os atores para formas de cooperação estratégica coletiva. Porém, parece não haver, da parte das Misericórdias, uma vontade forte para desencadear relações de parceria, i. é., um trabalho “em rede” entre instituições com missões comuns, orientada para a promoção do bem-estar das populações, e cujos objetivos estratégicos poderiam potenciar trabalho coletivo tendente a ultrapassar obstáculos e dificuldades comuns.

Considerações finais sobre o diagnóstico

A intervenção centra-se fundamentalmente nas respostas clássicas direcionadas para a pessoa idosa (Lar, Centro de Dia e Apoio Domiciliário) e para as crianças (Creche e Jardim-de-infância).

As medidas de apoio alimentar (cantinas e distribuição alimentar) ocupam uma expressão muito grande no cômputo geral da intervenção das Misericórdias. Contudo,

importa referir que a resposta social de Lar de idosos e a distribuição alimentar são os dois principais focos de ação.

As atividades de culto religioso e as romarias estão bem presentes na intervenção junto da comunidade, atividades estas que sustentam e mantêm intacta a função religiosa das Misericórdias.

A redução das transferências sociais do Estado fica bem evidente ao longo de todo o diagnóstico que tem vindo a constranger a atividade das Misericórdias em geral e, em particular, algumas delas estão numa situação financeira delicada. Todavia, não dispomos de dados que nos permitam avaliar sustentadamente a questão financeira. Apenas fica o alerta sobre esta dificuldade registada.

Há uma dependência significativa das transferências sociais do Estado, situação que impõe um “reinventar” de novas formas de financiamento alternativo.

Para além das respostas decorrentes dos problemas sociais clássicos, resultantes das situações de envelhecimento, há porém um problema social significativo inerente às situações familiares frágeis, resultantes do contexto e, pelo que podemos inferir, geram uma procura muito significativa ao nível do apoio alimentar. As famílias em dificuldades económicas são um problema social resultante do contexto socioeconómico. Igualmente, os problemas sociais inerentes a demências constituem uma outra linha de preocupação.

Por outro lado, os idosos sem apoio familiar, em situação de carência económica e em situação de isolamento geográfico constituem-se como uma outra panóplia de problemas sociais associados ao envelhecimento demográfico de território.

O “desemprego” jovem é outro dos problemas sociais identificados no diagnóstico.

No quadro da identificação de constrangimento da ação os “recursos financeiros” são o principal sinal de preocupação apresentado, seguido dos recursos humanos e das carências nas famílias. No quadro das potencialidades, a qualidade dos recursos humanos disponíveis e a qualidade dos recursos humanos são o principal ponto forte identificado.

Para melhorar a intervenção das Misericórdias as Instalações e equipamentos (aquisição e/ou requalificação) e os recursos financeiros/económicos ocupam o lugar central das preocupações.

A rede de interações da Misericórdias é pouco densa o que pressupõe um quadro de um individualismo da ação.

Referências bibliográficas

Barron, A. (1996). *Apoyo social: aspectos teoricos y aplicaciones*. Siglo Veinteuno. Madrid: España Editores.

Friedberg, E. (1993). *O Poder e a Regra, Dinâmicas da Acção Organizada*. Lisboa: Instituto Piaget

Guerra, I. (2006). *Participação e Acção Colectiva: Interesses, Conflitos e Consensos*. Cascais: Princípia.

Instituto Nacional de Estatística (1999). *População e Condições Socais: estimativas da população residente*. Editora: Instituto Nacional de Estatística.

Instituto Nacional de Estatística (2011). *Projeções de população residente*. Instituto Nacional de Estatística. Censos 2011. Editora: Instituto Nacional de Estatística.

6 - REDES VIRTUAIS E COLABORATIVAS

PARATLETAS OU HERÓIS? A IMAGEM ATRIBUÍDA PELOS BRASILEIROS AOS COMPETIDORES PELO OLHAR DA COBERTURA DA RIO 2016

MONIQUE ARAÚJO DE OLIVEIRA
Universidade Metodista de São Paulo
mo.nick14@gmail.com

Resumo

A realização das Paralimpíadas 2016 no Brasil abriu a oportunidade para conviver ainda mais de perto com os competidores do maior evento esportivo do mundo, principalmente com aqueles que defenderam a delegação nacional. As disputas contaram com uma ampla transmissão, com a presença de veículos de vários cantos do planeta, oferecendo uma cobertura nos meios tradicionais e, em especial, no universo digital. Visando avaliar o discurso levado para as redes sociais, focando na troca de notícias produzidas pelo canal a cabo SporTV, este estudo busca, por meio de uma investigação no conteúdo divulgado pelo Facebook da emissora, analisar a cobertura oferecida pela mídia nacional e, assim, apresentar o perfil traçado pelos internautas em relação a estes paratletas. Diante do debate sobre inclusão das pessoas com deficiência, a pesquisa colaborou para evidenciar que esta cobertura sofreu críticas devido à baixa disseminação de notícias, apesar de reforçar uma imagem de superação e garra descrita aos atletas.

Palavras chave: Paralimpíadas Rio 2016; Estudos Culturais; Análise do Discurso; cobertura jornalística; redes sociais

Abstract

The 2016 Paralympics in Brazil opened the opportunity to live even more closely with the competitors of the biggest sporting event in the world, especially with those who defended the national delegation. The disputes had a wide transmission, with the presence of vehicles from various corners of the planet, offering coverage in the traditional media, and especially in the digital universe. Aiming to evaluate the speech taken to social networks, focusing on the exchange of news produced by the cable channel SporTV, this study seeks, through an investigation in the content published by Facebook of the broadcaster, to analyze the coverage offered by the national media and, thus, Present the profile traced by netizens in relation to these paratletas. Faced with the debate about inclusion of people with disabilities, the research collaborated to show that this coverage was criticized due to the low dissemination of news, despite reinforcing an image of overcoming and claw described to the athletes.

Keywords: Rio 2016 Paralympics; Cultural Studies; Discourse Analysis; journalistic coverage; social networks

Introdução

O debate sobre a inclusão das pessoas com deficiência não é um discurso presente apenas na atualidade, trata de um assunto que já acompanha a mídia há diversas décadas. Principalmente com a maior participação deste público em variados segmentos no último século em especial no esporte, os meios de comunicação se atentaram a observar esta parcela da população como um alvo potencial de gerador de notícias e envolvimento por parte da sociedade. Entretanto nem todo o cenário pode ser apontado como favorável a estas pessoas. A percepção e abertura nos veículos ainda são limitadas e impedem a expansão de uma imagem mais independente agregada aos deficientes.

Como foco deste estudo, o maior evento esportivo do mundo propõe apresentar a todos que limitações físicas e mentais não são sinônimo de incapacidade em competições de alto rendimento. A cada quatro anos, o paradesporto ganha novas dimensões, se torna o centro das atenções e motiva a geração de novos profissionais em busca do desafio de disputar uma medalha paralímpica. Desde a primeira edição em Roma, na década de 60, aos dias de hoje, o retrato destes competidores vem sendo construído de maneira diferente ao longo das edições. E a mídia é uma das ferramentas que colabora para esta formação da imagem.

Desse modo, com esta visão, este texto visa analisar a cobertura jornalística produzida pelo canal a cabo SporTV, uma das emissoras brasileiras que se encarregou de transmitir todas as disputas dos Jogos Paralímpicos Rio 2016. Diante das notícias e comentários publicados no Facebook do canal, cuja análise será centralizada, este estudo baseia-se em conceitos trabalhados pelos Estudos Culturais, com Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero, entre outros, além de observar o discurso apresentado por meio da transmissão da competição, a receptividade oferecida pelo público e as divergências entre as postagens do veículo e as reações dos brasileiros.

Para complementar este objetivo, o artigo também contempla os ensinamentos que permeiam a Análise de Discurso de linha francesa, atuando com Dominique Maingueneau, Eni Orlandi, e demais autores que destacam a participação do *páthos* (a imagem do enunciatário) e da cenografia apresentada por meio dos comentários dos

internautas conectados à rede social do canal esportivo.

E para que a análise fosse realizada, iniciou-se com um monitoramento na página oficial da marca na mídia social, onde se observou apenas as publicações cujo tema fosse o evento esportivo, limitando-se assim a um período de 17 dias, para que se pudesse estudar as divulgações anteriores e posteriores à competição. Esta definição do bloco de tempo de publicações ocorreu também devido à frequência de divulgações que marcaram a página do canal, sendo este período justamente com maior índice de postagens e interações sobre as Paralimpíadas Rio 2016.

A partir dos dados coletados, comentários com maiores quantidades de curtidas ou reações dos internautas foram selecionados para integrar uma análise que atentou para a construção da imagem sobre os paratletas e em relação à cobertura jornalística do evento, e assim a percepção de outros termos sociais trabalhados com a deficiência, como inclusão e acessibilidade.

1. As Paralimpíadas e as representações pelo mundo

Distante do início da história das Olimpíadas, que já registravam suas primeiras competições em 776 a.C., na Grécia, as Paralimpíadas apenas surgiram após um período de mais de dois mil anos, sendo abertas às disputas durante a edição esportiva ocorrida em Roma, na Itália, no ano de 1960. Durante aquela ocasião, o evento contou com 400 inscritos, de 23 países (Portal Brasil 2016, 2016a).

De fato o envolvimento destas pessoas com o paradesporto teve seus primeiros registros bem antes da oficialização das disputas pelas entidades envolvidas com os jogos naquele tempo. Segundo o Comitê Paraolímpico Internacional, já se tinha conhecimento da prática esportiva realizada por pessoas com deficiência há pelo menos 100 anos, relacionando principalmente deficientes físicos. A história inclui a participação de paratletas em 1888, em Berlim, na Alemanha, com clubes voltados a deficientes auditivos, chegando a um período de maior destaque para estes competidores, no final da Segunda Guerra Mundial. Ao longo de 1944, uma parceria entre o médico Ludwig Guttmann, considerado o pai do paradesporto, e o governo da Grã-Bretanha possibilitou a abertura de um centro especializado em lesões na coluna, no Stoke Mandeville Hospital, com foco na reabilitação conjunta à prática esportiva.

Dessa forma, quatro anos depois, já durante a cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos de Londres, o especialista apresentou a primeira disputa deste gênero, os Jogos de Stoke Mandeville, onde 16 militares integravam as provas de tiro com arco e flecha e basquete em cadeiras de rodas. A competição viria a se tornar internacional em 1952 (Portal Brasil 2016, 2016a). Na primeira edição com a nomenclatura oficial, na década de 60, o torneio ofereceu oito modalidades, sendo que seis permanecem até hoje no programa paralímpico: tênis de mesa, tiro com arco, basquete, natação, esgrima e atletismo.

A integração das modalidades voltadas para os paratletas em uma edição dos jogos propiciou a estes participantes um maior debate ao tema deficiência, principalmente em relação a representações que puderam levar voz a estes competidores, que até então não contavam com um espaço no cenário esportivo internacional. A partir de 1960, novas entidades surgiram e promoveram a abertura para novos estudos e possibilidades para que esta inclusão fosse ampliada. As ações tiveram início com a Federação Mundial de Ex-Militares, com o Grupo Internacional de Trabalho do Esporte para Deficientes, que resultou posteriormente, em 1964, na fundação da Organização Internacional Esportiva para os Deficientes (ISOD na sigla em inglês). Entre as providências ligadas a este órgão está a inclusão de atletas com deficiência visual e amputados nos Jogos Olímpicos de Toronto, em 1976, e com paralisia cerebral em Arnhem, na Holanda, em 1980, na Holanda (Portal Brasil 2016, 2016a). A partir deste momento, os Jogos seguiam para um caminho de agregar qualquer competidor, independente de sua deficiência. Assim, em setembro de 1989, na Alemanha, se instituiu o Comitê Paraolímpico Internacional, que visa atuar como órgão dirigente do movimento paralímpico global.

Além disso, o nome também carrega uma simbologia, já que sua origem está relacionada a um período em que se concretizou a aliança entre Iftos, rei de Ilia; o monarca de Esparta, Licurgo; e o rei de Pissa, Clístenes. Esta parceria ocorreu no templo de Hera, no santuário de Olímpia, assim motivando a criação do termo Olimpíadas (Portal Brasil 2016, 2016b). Com o surgimento do paradesporto, se incluiu à palavra o prefixo “para”, derivado da preposição grega “para”, que significa ao lado. Por sua vez, a nomenclatura também tem envolvimento com a palavra em inglês *paraplegic*, que significa paraplégico, ou seja, portador de paraplegia, uma lesão

medular. Até 2011, o Brasil utilizava o rótulo Paraolimpíadas, termo que foi substituído por Paralimpíadas, com a ausência da letra “o”, que de acordo com indicação do Comitê Paralímpico Internacional, busca “igualar ao uso de todos os outros países de Língua Portuguesa” (EBC, 2012).

2. Rio 2016: Competição e recordes

Promovidas a cada quatro anos, sempre em um curto período após as Olimpíadas, as Paralimpíadas registraram disputas com brasileiros somente em 1972, durante os jogos realizados em Heidelberg, na Alemanha. Para marcar a estreia do país na competição, 20 paratletas, somente homens, integraram a delegação, mobilizados em provas de tiro com arco, atletismo, natação e basquete em cadeira de rodas. A primeira medalha não foi conquistada naquela edição, apenas quatro anos depois, em Toronto, no Canadá (Portal Brasil 2016, 2016b).

E depois de 44 anos de participações, o país, o primeiro a receber as disputas no continente sul-americano, sediou os Jogos Rio 2016, reunindo mais de 4,3 mil paratletas, de 160 países, que estiveram envolvidos em provas de atletismo, basquete em cadeira de rodas, bocha, canoagem, ciclismo de estrada, ciclismo de pista, esgrima em cadeira de rodas, futebol de 5, futebol de 7, goalball, halterofilismo, hipismo, judô, natação, remo, rúgbi em cadeira de rodas, tênis de mesa, tênis em cadeira de rodas, tiro com arco, tiro esportivo, triatlo, vela e de vôlei sentado (Portal Brasil, 2016).

Segundo dados do Governo Federal, esta edição do evento disponibilizou cerca de 3,3 milhões de ingressos, quebrando diversos recordes antes mesmo de sua abertura, que ocorreu no dia 7 de setembro. O primeiro marco do país foi o número de representantes, 286 competidores distribuídos em todas as provas ocorridas em 2016. Além disso, os Jogos do Rio contaram com jornalistas de 154 países, o que superou a edição de 2012, realizada em Londres, que recebeu profissionais de imprensa de 115 nacionalidades. Diante desta participação, o governo estima que a transmissão do evento tenha impactado quatro bilhões de pessoas no mundo (Portal Brasil, 2016).

3. Transmissão e os desafios da cobertura

Dominique Wolton (2011, p.72) já citava em sua obra que “não é o suporte que dá sentido à informação, nem o receptor, mas o jornalista.” Assim, o olhar que captou cada disputa, cada paratleta e o público presente nas arenas e quadras esportivas trouxe à transmissão um pouco da sua identidade cultural para a cobertura jornalística deste grandioso evento. Construção de uma imagem que neste estudo será focada na percepção dos brasileiros, em especial por meio da participação das câmeras do canal a cabo SporTV.

Cerca de um ano antes da abertura dos jogos, o Grupo Globo, responsável pelo canal, já anunciava em seu site oficial todos os detalhes para a transmissão da competição, tanto pela televisão, como pela internet. Naquele momento, a emissora se dedicava a oferecer todos os acontecimentos que viriam a marcar os 12 dias de torneio, destacando as 528 provas com chances de medalhas, sendo em transmissões ao vivo ou matérias com flashes durante a programação. Inclusive, a grade contaria com o apoio de quatro canais, além das publicações nas redes sociais, aplicativos e sites ligados ao grupo.

De fato, a expectativa com as competições no Brasil resultaram em um misto de sensações expressas pelo público até meses antes da chegada desta nova edição. Diante da crise financeira em que o país se encontra, diversos projetos estiveram em pauta e muitos brasileiros duvidaram que tais locais de provas saíssem mesmo do papel a tempo da abertura. Entre projeções e concretizações, o saldo com a final das Olimpíadas, na última semana de agosto de 2016, mostrou certo entusiasmo para a próxima etapa dos jogos, que consistia nas Paralimpíadas. Entretanto, mesmo com o aumento de vendas dos ingressos na última hora, a cobertura do evento se manteve reduzida, se tornando restrita apenas a alguns grupos. Os canais abertos apresentaram edições compactas das disputas, informações que eram repassadas por meio de seus telejornais ou programas esportivos e em seus portais. Já na TV a cabo, o SporTV levou cerca de 150 horas de transmissão, algo bem abaixo do tempo dedicado às Olimpíadas, quando os 16 canais da emissora produziram 2.400 horas (Folha de S. Paulo, 2016). Este cenário composto por uma desigualdade de espaço midiático demonstra o interesse além das coberturas jornalísticas. Posicionamento que também fica evidente nos meios digitais, local onde,

na maioria das vezes, julga-se ter uma maior abertura para interações.

Assim, pensar as tecnologias a partir da diferença cultural não tem nada a ver com qualquer tipo de nostalgia ou inquietação diante da complexidade tecnológica ou da abstração da mediação de massa, nem com a segurança voluntarista sobre o triunfo final do bem. As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de uma certa cultura e de um “modelo global de organização do poder”. (Martin-Barbero, 1997, p.256)

A reflexão sobre este posicionamento totalmente diferenciado entre as transmissões motivou este estudo sobre o discurso que marca a imagem destes competidores, que apesar da falta de maiores contribuições da mídia para divulgação de seu desenvolvimento, encontraram apoio do público. As características culturais da nação também pontuam um comportamento bastante específico nesta construção da representação do paratleta, em especial na figura do brasileiro.

3.1. Na rede, o olhar social

As notícias e o meio digital integram cada vez mais um relacionamento que possibilita a expansão da informação, independente do tempo e espaço onde ocorrem. Stuart Hall já relacionava esta questão da globalização em função do compartilhamento das identidades culturais, visão que pode ser atribuída a este universo, que envolve diferentes públicos, plataformas e representações.

Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de “identidades partilhadas” - como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens - entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. (Hall, 2005, p.74)

Assim, com a transmissão dos Jogos Rio 2016, o mundo observou um cenário que envolveu os brasileiros ao longo das competições, principalmente com interações presentes nas redes sociais. E foi neste momento que o estudo abriu para a realização de um monitoramento que analisaria o diálogo apresentado na página do Facebook do SporTV, por meio das notícias e dos comentários inseridos pelos usuários. O objetivo desta etapa é indicar a receptividade do público, sua percepção diante da transmissão e a

participação dos brasileiros através dos números, como curtidas, compartilhamentos e visualizações, em caso de vídeos.

Reunindo 8.885.462 curtidas (até o dia 12 de dezembro de 2016) no Facebook, o SporTV consiste em um canal que produz conteúdo esportivo desde a década de 90 para a TV por assinatura. No meio digital, a emissora tem como maior foco as informações do mundo futebolístico, o que não impede de ocorrer a publicação de outras modalidades.

Ao longo das Paralimpíadas, conforme o balanço com base no monitoramento realizado entre os dias 2 e 19 de setembro de 2016, período iniciado antes e encerrado após a competição, cuja busca reuniu conteúdo com as palavras-chaves Paralimpíadas e Jogos Paralímpicos, 109 conteúdos foram relacionados a este tema, com destaque para a chamada para abertura e encerramento do evento, provas ocorridas em tempo real, vendas de ingressos e desempenho dos paratletas. As estatísticas ainda demonstram, durante este período, um total de 4.822 comentários, 166.141 curtidas e 65.319 compartilhamentos. Em resumo, a análise detectou uma média de mais de seis notícias publicadas diariamente na rede social pelo SporTV.

A linguagem que cerca este meio também permitiu a análise de certos recursos, que auxiliaram na disseminação de notícias e informações de cada disputa. Entre as ações está o uso da hashtag #JogosParalimpicosNoSporTV, que colabora para reunir as postagens que comentam sobre um mesmo assunto. Neste caso, este recurso pode ser interpretado como um slogan, já que “está associado sobretudo à sugestão e se destina, acima de tudo, a fixar na memória dos consumidores potenciais a associação entre uma marca e um argumento persuasivo para compra” (Maingueneau, 2004, p. 171).

A investigação ainda possibilitou identificar o pico da participação do público, quando ocorre o maior fluxo de publicações pelo canal, de 7 a 13 de setembro. Durante este momento da competição, as disputas movimentaram o pódio com diversos brasileiros, o que motivou a interação do público na rede, inclusive, o recorde de medalhas pode ser certificado no dia seguinte:

Figura 1: Print da publicação sobre quadro de medalhas do Brasil

QUADRO DE MEDALHAS

	🥇	🥈	🥉
1 🇨🇳 CHINA	75	58	39
2 🇬🇧 GRÃ-BRETANHA	43	24	28
3 🇺🇦 UCRÂNIA	31	23	27
5 🇧🇷 BRASIL	10	24	14

#SOMOSTODOSCAMPEOES

Fonte: A autora, 2016.

Além do envolvimento do internauta pelos comentários, algumas colocações por parte do público geraram debates e resultaram em contribuições para a divulgação do evento. Em certos momentos, se notou uma troca de informações entre as pessoas conectadas. Este perfil de usuário neste meio evidencia uma das características relacionadas a este tipo de comunicação, a de não apenas ser o receptor da mensagem, mas também de integrar o papel de emissor, mesmo que seja somente como um colaborador.

O leitor das mídias que operam a partir da web 2.0 conta com a possibilidade de trabalhar os textos lidos – seja indicando os textos por e-mail, quando parte, comente, de uma leitura parafrástica, seja envidando-os criticamente e intervindo no conteúdo, quando se encontra em outra posição-sujeito, seja ainda, participando de discussões de blogs, fóruns, etc (Pernisa Junior e Alves, 2010, p.105).

Diante deste diálogo, ocorreram algumas reclamações quanto ao conteúdo que, segundo alguns internautas, insistia em privilegiar certas modalidades. Pois bem, a pesquisa apontou um desequilíbrio nas publicações, contabilizando 27 notícias sobre natação e 15 referentes a atletismo, os maiores índices, o que talvez possa ser justificado pelo fato dessas duas modalidades consistirem em uma prática esportiva mais individualizada, com premiações unitárias em maior escala, além de contar com um número de disputas e categorias bem mais elevado que os demais setores. Juntas, as duas competições representam quase a metade da quantidade de publicações durante o período pesquisado, resultado que demonstra certa preferência por este conteúdo, se atentar-se para a observação que os Jogos Rio 2016 reuniram mais de 20 modalidades.

Outra questão abordada no monitoramento tem relação com os comentários. Com quase cinco mil, a pesquisa relacionou apenas as contribuições que tiveram destaque diante do público, seja pelo número de curtidas ou interações que geraram outros comentários extras. Desse modo, foram listados inicialmente um total de 59 comentários, divididos em 28 de teor positivo, 26 negativos e cinco neutros.

Para seguir com as exposições e, assim, realizar a análise sobre o discurso apresentado pelos internautas, diante do grande número de comentários com informações repetidas, a partir da primeira seleção de publicações, optou por avaliar apenas dez comentários, divididos em cinco positivos e cinco negativos. Novamente, o critério de escolha levou em consideração a quantidade de curtidas e demais reações do público diante de um mesmo diálogo.

As publicações de apoio colaboraram para identificar a imagem construída dos paratletas, conforme é detalhado no próximo tópico. Já as reclamações ou críticas evidenciaram uma preocupação pela falta de espaço na transmissão da competição, com a diferença na disponibilidade de acesso às notícias entre Olimpíada e Paralimpíada.

3.2. Ser notícia, herói ou mero competidor?

A construção de uma imagem combina com o desenvolvimento de um discurso, molda-se este conceito pelo o que é dito e demonstrado. Atribuindo este posicionamento à cultura, Hall (2005, p.50) já detalhava que uma “cultura nacional é um discurso - um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a

concepção que temos de nós mesmos.”

De tal modo, que esta definição se conecta e muito com o objetivo aqui proposto para este artigo, que atenta para a construção de imagens a partir da visão do leitor, ou seja, da sociedade diante da cobertura das Paralimpíadas realizadas no Brasil. Dessa forma, para iniciar uma análise voltada para este ambiente, dois conceitos ficaram marcados no desenvolvimento de resultados e perspectivas observadas com este estudo.

A partir do corpus que envolve dez comentários, a análise voltou-se para textualidade e as cenas de enunciação presentes nestes conteúdos, principalmente para a cenografia que os internautas buscaram para criar seus discursos. Ainda neste processo, o estudo visou definir a imagem construída destes paratletas a partir do olhar dos leitores, sendo utilizado assim o conceito de *páthos*, como mencionado por Fiorin (2008), quando aborda a imagem definida pelo enunciador sobre o enunciatório.

Para esta primeira etapa, a observação reuniu os comentários com teor negativo. Críticas, comparações sobre a cobertura e interações que destacaram a participação do canal ao longo deste evento esportivo. Cinco diálogos compõem este estudo neste momento, cada conteúdo integra publicações divulgadas em datas distintas.

Figura 2: Print dos comentários sobre a cobertura do SporTV

Queria fazer uma critica construtiva ... amei a transmissao das olimpiadas e gostaria de ver as paralimpiadas com uma transmissao tao boa quanto, com varias entrevistas e tudo mais. Acho que esta faltando mais posts para divulgar o evento, que deveria ser tao importante quanto as olimpiadas. Obrigadaa

Curtir · Responder · 6 · 2 de setembro às 18:30

Muito menos elaborado! Me pergunto: A cobertura televisiva sera a mesma? Porque eu queria não perder nada!

Curtir · Responder · 3 de setembro às 09:52

GENTE!!!!!! por favor..... vcs irão transmitir a abertura ?????? ninguém sabe informar, não há nada na programação..... POR FAVOR, PUBLIQUEM NO FACE, NO INSTAGRAM.....

Curtir · Responder · 6 de setembro às 16:23

Que lindo!!! Sempre me emociono com o Hino Nacional!!! Penso que a abertura das PARAOLIMPÍADAS também deveria ser transmitida!!! Indignada com tamanha desvalorização dos nossos atletas paraolímpicos!!!

Curtir · Responder · 469 · 7 de setembro às 21:33

↳ 33 Respostas

Pq a Sportv não abre os mesmos canais que abriu para as Olimpíadas? Pq o preconceito? Teremos 286 atletas guerreiros de verdade que enfrentam todo tipo de dificuldade e nem sequer merecem o respeito? Uma manchetezinha no fim de um jornal dizendo seu nome não basta.... Será que já não está na hora de usar os meios que vcs tem para ajudar este país a crescer mostrando em igualdade de condições os paratletas e os atletas de um modo geral? Poxa estes caras fazem mais que qualquer um de nós e nada ganham.... Me decepcionei com a Sportv

Curtir · Responder · 9 · 7 de setembro às 17:36

Fonte: A autora, 2016.

O discurso presente nestes diálogos, que auxiliam a definição da cena englobante nestes trechos, consiste no jornalístico. Todo o ambiente gera este contato midiático entre leitores e canal diante de um produto que oferece serviços de notícias e transmissões. E já que “enunciar não é apenas ativar as normas de uma instituição de fala prévia; é construir sobre essa base uma encenação singular da enunciação: uma *cenografia*” (Maingueneau, 2015, p. 122), os comentários ingressam em uma cena ligada ao universo esportivo e vinculada ao meio digital, por meio de uma linguagem característica dos veículos online, com termos como *posts*, *Instagram*, *Facebook*.

Outro ponto a ser considerado é a existência de redes de formulações citada por Brandão (2004), que permite verificar “os efeitos de memória que a enunciação de uma sequência discursiva de referência determinada produz em um processo discursivo.” Neste ciclo, arquiva-se as lembranças que podem influenciar neste diálogo.

Esta representação pode constatada por meio das passagens: *amei a transmissao das olimpiadas e gostaria de ver as paralimpiadas com uma transmissao tao boa quanto/ Me pergunto: A cobertura televisiva sera a mesma?/ Pq a Sportv não abre os mesmos canais que abriu para as Olimpíadas?.* A comparação ocorre devido à informação anterior que tais leitores já possuem, que neste caso embasou uma comparação entre dois eventos. “A noção de memória discursiva, portanto, separa e elege dentre os elementos constituídos numa determinada contingência histórica, aquilo que, numa outra conjuntura dada, pode emergir e ser atualizado, rejeitando o que não dever ser trazido à tona.” (Brandão, 2004, p.99)

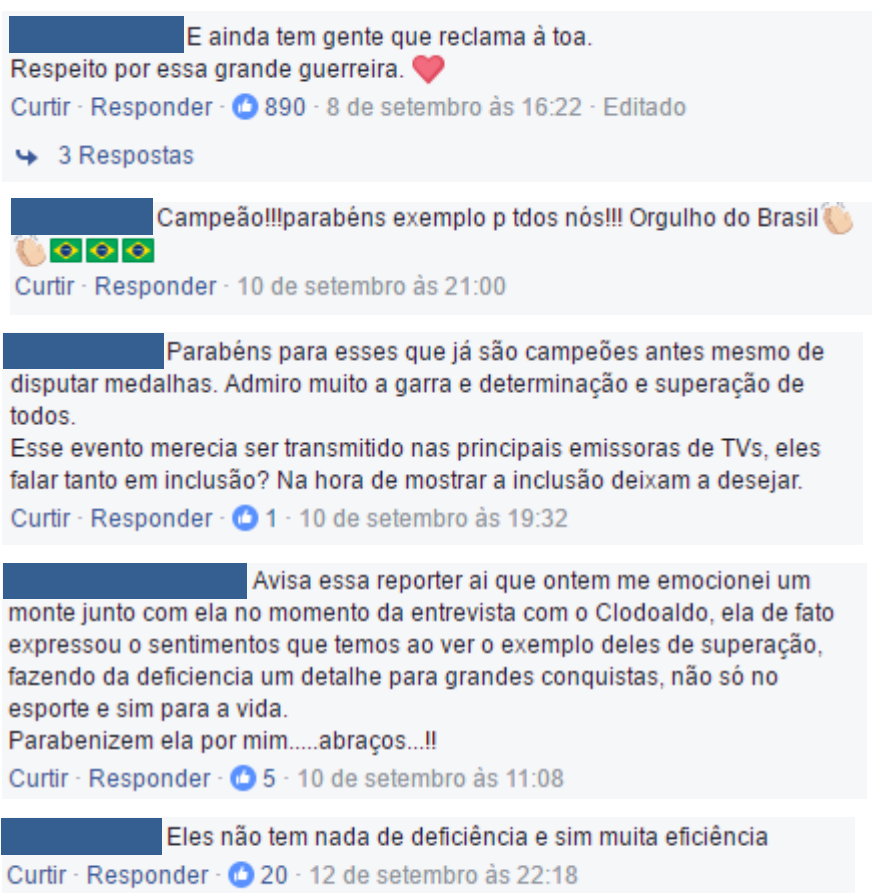
Este discurso apoiado na comparação das coberturas destaca um posicionamento diferente que o canal escolheu oferecer para a Paralimpíadas 2016, o que desagradou os seus telespectadores. Na maioria dos casos, a emissora optou por não responder aos

questionamentos e manteve a publicação conforme proposto por sua equipe.

O que se pode notar nestas situações é a demonstração de uma desigualdade quanto à valorização do trabalho desses esportistas. Este cenário foi indagado na página pelos internautas em diversos momentos, o que deixa claro o incômodo também por parte do público, reforçando ainda mais a ausência da “inclusão” tanto proposta pelas notícias apresentadas pelo canal.

Por outro lado, diante deste cenário envolvido pelos Jogos Rio 2016, a representação destes paratletas consegue ultrapassar rótulos e demonstrar uma capacidade além das limitações físicas e mentais, como pode ser observado pelos comentários na rede social.

Figura 3: Print dos comentários sobre os paratletas do Brasil



Fonte: A autora, 2016.

Com base no balanço das publicações coletadas, o discurso é marcado pelas

palavras lenda, garra, heróis, inclusão, inspiração, exemplo e respeito. Entretanto o conteúdo mais relacionado nos comentários cita os competidores como guerreiros, que ofereceram emoção e orgulho ao país. Esta construção da imagem sobre enunciatário, o *páthos*, trabalha muito com termos que evidenciam uma superação do trabalho envolvido por estes esportistas, ou melhor, abandona uma identidade ligada a limitações ou incapacidade, características que muitas vezes são empregadas para tratar sobre as pessoas com deficiência.

Além disso, os adjetivos compõem o cenário que mescla as ações do enunciador e do público, tendo como simples função aproximá-lo ao texto. Maingueneau (2004, p.131) cita que, “a cada vez, com efeito, a enunciação estabelece com o leitor um modo de comunicação considerado como participando do mundo evocado pelo texto.” Uma linguagem totalmente informal e que se cerca de termos bem relacionados ao universo desse público.

Esta representação construída pela imagem do atleta com deficiência motiva um maior envolvimento do público, principalmente em defesa das minorias ou de uma causa específica. Nesta situação, o perfil retratado pela mídia em geral destaca uma personagem fragilizada, apesar do forte discurso de inclusão que a sociedade se propôs a defender nas últimas décadas.

Falta espaço para debater o gerenciamento do esporte paralímpico e seus resultados para o Brasil, ausência de posicionamento que ficou bem clara a partir do momento em que surgiram as comparações quanto às transmissões das duas competições. Segundo o discurso dos brasileiros que registraram suas opiniões na rede social, estes paradesportistas são campeões independente de medalhas, pois desafiam as reais ações que estão camufladas em discursos que pouco são motivadores e inclusivos.

Considerações finais

Por muito tempo, a representação criada junto ao brasileiro, pelo menos citada pela nação, é de ser um povo batalhador, que não desiste. Campanhas publicitárias já atuaram com este foco de enaltecer este papel cultural. Pode-se destacar, desse modo, segundo Hall (2000. p. 106), que esta “identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas

com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal”.

Com relação ao público pesquisado neste artigo, a imagem posicionada a partir do discurso apresentado pelos leitores do canal SporTV também carrega esta identificação agregada aos paratletas brasileiros. Em grande destaque na mídia a cada edição, as Paralimpíadas propõem o ressurgimento de um debate que se perde ao final das competições. Esta “inclusão” de espaço na divulgação do paradesporto nacional não ganha continuidade, o que proporciona um bloqueio no avanço de programas e ações voltadas a este tema.

Diante da análise do discurso desenvolvida por meio deste material, a observação se fixou no direcionamento que coberturas como esta podem alcançar, em formas de atritos de posicionamentos, aceitação e acolhimento desses competidores. A abertura para este diálogo ocorreu principalmente pela escolha deste meio e suas funções voltadas a contribuições dos internautas, espaços de interação que consistem no grande desafio da comunicação atualmente, ainda mais durante a transmissão de eventos de maior dimensão com este.

Sobretudo, o que se ressalta durante este estudo é toda a construção de um papel, uma representação dos paratletas brasileiros durante os Jogos Rio 2016. A pesquisa demonstra certa preocupação quanto à transmissão disponibilizada aos brasileiros. Se há restrições na cobertura, com as notícias sendo repassadas apenas por meio de um canal a cabo, que integra um sistema pago, o assunto não consegue atingir outros grupos e, assim, outras vertentes, o que impede a transformação de uma visão que pode ser distorcida desses esportistas.

Esta postura ainda tem relação com questões sociais agregadas a preconceito e inclusão, discurso que aparece diariamente nesta sociedade tida como plural. Apesar das diversidades, o público na rede social destaca uma força que inspira a cada disputa, além de superação e dedicação por parte da delegação que inspirou vidas e integrou as competições em 2016 no Brasil.

Referências bibliográficas

Brandão, H. H. N., 2004. *Introdução à análise do discurso*. 2nd ed rev. Campinas: Unicamp.

EBC, 2012. *Você sabe por que o nome “paraolimpíadas” mudou para “Paralimpíadas”?*. [online] Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/infantil/voce-sabia/2012/08/voce-sabe-por-que-o-nome-paraolimpiadas-mudou-para-paralimpiadas>>. [Acessado 10 dezembro 2016].

Fiorin, J. L., 2008. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. São Paulo: Contexto.

Folha de S. Paulo, 2016. *Diferente da Olimpíada, transmissão da Paraolimpíada será enxuta na televisão*. [online] Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-norio/2016/09/1810512-diferente-da-olimpiada-transmissao-da-paraolimpiada-sera-enxuta-na-televisao.shtml>>. [Acessado 09 dezembro 2016].

Grupo Globo, 2015. *Grupo Globo anuncia transmissão dos ‘Jogos Paralímpicos Rio 2016’*. [online] Disponível em: <http://www.grupoglobo.globo.com/noticias/grupo_globo_anuncia_transmissao_jogos_paralimpicos-2016.php>. [Acessado 09 dezembro 2016].

Hall, S., 2005. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10th ed. Rio de Janeiro: DP&A.

Hall, S., 2000. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T. T. (Org. e trad.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.

Mainueneau, D., 2004. *Análise de textos de comunicação*. 3rd ed. São Paulos: Cortez.

Maingueneau, D., 2015. *Discurso e análise do discurso*. São Paulo: Parábola.

Martin-Barbero, J., 1997. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Pernisa Junior, C. e Alves, W., 2010. *Comunicação Digital: jornalismo, narrativas, estética*. Rio de Janeiro: Mauad X.

Portal Brasil, 2016. *Brasil terá atletas em 22 modalidades da Paralimpíada*. [online] Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/esporte/2016/09/brasil-tera-atletas-em-22-modalidades-da-paralimpiada>>. [Acessado 10 dezembro 2016].

Portal Brasil 2016, 2016a. *Um novo caminho para os feridos da Segunda Grande Guerra*. [online] Disponível em: <<http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/paraolimpiadas/historia>>. [Acessado 10 dezembro 2016].

Portal Brasil 2016, 2016b. *Uma disputa milenar*. [online] Disponível em: <<http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/olimpiadas/uma-disputa-milenar>>. [Acessado 10 dezembro 2016].

WOLTON, D., 2011. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.

COMPARACIÓN DEL USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE LOS DOCENTES EN LAS DISTINTAS ETAPAS EDUCATIVAS

SONIA JANETH ROMERO
ALBA GARCÍA-BARRERA
PATRICIA G. ELICES

Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)

soniajaneth.romero@udima.es
alba.garcia@udima.es
patricia.gonzalez@udima.es

Resumo

Esta comunicación pretende describir el conocimiento, la utilidad y la frecuencia de uso que los docentes de diferentes etapas educativas hacen de las redes sociales, tanto generales como específicas. Para ello se ha realizado un estudio de encuesta cuyos datos se han analizado mediante una metodología cuantitativa de carácter exploratorio y descriptivo, utilizando un diseño transversal. El instrumento empleado se divide en cuatro bloques: el primero contiene información general, el segundo sobre el conocimiento y frecuencia de uso de las redes sociales, el tercero sobre su ámbito de uso y el último sobre su utilidad didáctica. La muestra estuvo compuesta por 197 profesores, de los cuales un 26% son de la etapa de Infantil y Primaria, un 45% de Secundaria y un 29% de Universidad. Entre los resultados cabe destacar que el profesorado de Secundaria es el que mayor conocimiento y uso hace tanto de las redes sociales generales como específicas. En cuanto a la frecuencia de uso, el 28% utiliza varias veces por semana las redes sociales, un 24% las usa todos los días y un 21% varias veces al día. Entre las redes sociales específicas más conocidas y utilizadas se encuentran EdModo e Internet en el Aula. La mayor parte del profesorado considera que las redes sociales resultan muy útiles para diversas acciones, como compartir materiales o enviar y recibir mensajes. No obstante, todavía no se percibe un alto uso para las actividades propias de la práctica docente, observándose una tendencia a su uso en el ámbito personal.

Palavras-chave: redes sociales, educación, profesorado, uso didáctico, práctica docente.

Abstract

This paper aims to describe knowledge, utility and frequency of use of specific and general social networks by teachers of different educational stages. For reach this objective, a survey study has been carried out, whose data have been analyzed using a quantitative methodology, of an exploratory and descriptive nature, using a transversal design. The survey is divided into four blocks: the first contains questions about teachers characteristics, the second about knowledge and frequency of use of social networks, the third on its scope of use and the last about its didactic utility. The sample consisted of 197 teachers: 26% of child/elementary school, 45% secondary and 29% university. Among the results, it should be noted that secondary school teachers have greater knowledge and use of both, general and specific social networks. Regarding to frequency of use, 28% use social networks several times a week, 24% use them every day and 21% several times a day. The most well-known and used educational social networks are EdModo and Internet in the Classroom. The majority of teachers consider that social networks are very useful for various actions, such as sharing material or sending and receiving messages. However, there is not yet a high use of the social networks for the activities of the teaching practice, observing a tendency to use in the personal sphere.

Keywords: Social networks, education, teachers, didactic use, teaching practice.

1. Introducción

La inclusión de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las aulas es un proceso complejo que ha sido objeto de múltiples estudios tanto a nivel nacional (Segura, Candiotti y Medina, 2007; Plan Avanza, 2007; Sigalés, Mominó y Meneses, 2007; Grupo Estelae, 2007; Sigalés et al., 2008; o.c. en Fernández Abulín, 2016) como internacional (Cuban, 2001; Pelgrum, 2001; Zhao y otros, 2002; BECTA, 2004; Korte y Hüsing, 2006; Drent y Meelissen, 2008; Smith, Rudd y Cochlan, 2008; Wong y otros, 2008; o.c. en Fernández Abulín, 2016).

Las redes sociales mediadas por las TIC pueden definirse como “aquellas herramientas diseñadas y creadas para fomentar espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (Astudillo y Chévez, 2013, p. 33). Su aparición se debe en gran medida a la evolución de la web 1.0 a la web 2.0 (Fernández Antelo, 2012), la cual hizo posible un avance en el grado de participación de los usuarios, pasando de un rol pasivo de meros receptores o consumidores de información a uno más activo, permitiendo tanto la creación de contenido como la interacción entre usuarios de forma multidireccional. Las redes sociales han contribuido a que las personas se puedan comunicar entre sí de una forma más sencilla y sin necesidad de estar en el mismo lugar o en el mismo momento, lo que amplía el proceso de enseñanza y aprendizaje constituyéndose como un recurso didáctico de innegable utilidad en educación al permitir la comunicación e interacción de forma horizontal, rápida, abierta y flexible (Artero, 2011, citado en Torres & Alcántar. 2011; Peña, Pérez, & Rondón. 2010).

En cuanto a la tipología de las redes sociales, en función de su estructura, grado de libertad, o temática se pueden dividir en: horizontales o verticales; abiertas o cerradas; generalistas, especializadas o tematizadas; centralizadas o descentralizadas; rígidas o flexibles (Castañeda et al., 2011; García-Valcárcel, 2013; Maiz y Tejada, 2013; ONTSI, 2011; citados en Vázquez-Martínez y Cabero-Almenara, 2015). En función del tipo de red social, las herramientas puestas a disposición de los usuarios son diferentes, aunque la mayoría suelen incluir, entre otros, grupos, mensajes privados, mensajes públicos, correo electrónico interno o chat (de Haro, 2009).

En comparación con las redes sociales de entretenimiento, se observa que las

redes sociales virtuales creadas con fines educativos, como Edmodo o Twiducate, presentan una estructura diferente. Concretamente, las primeras se caracterizan por un esquema horizontal, donde ningún usuario cuenta con más privilegios que otro, mientras que las segundas suelen ser verticales, facilitando el control a un determinado usuario (en este caso a los docentes) sobre “los elementos que pueden incorporarse en los perfiles personales, sobre la suscripción de usuarios y, lo más importante, sobre los tiempos y modos de comunicación, sobre los temas a debatir y sobre las personas con las que poder interactuar, que van variando en función de los intereses y propósitos educativos del profesor” (Fernández Antelo, 2012, p. 4).

Si se atiende a las estadísticas actuales (tanto a nivel nacional como internacional) se observa que día a día el uso de las Redes Sociales crece, hecho que, a su vez, hace que emerjan diferentes sitios o servicios web para su creación y se multiplique así su aprovechamiento dentro del ámbito educativo. (Valenzuela, 2013). Por otro lado, el uso de las redes sociales entre jóvenes es una realidad evidente que hasta llega a rozar la adicción (Echeburúa, & De Corral, 2010; Johansson y Göttestam, 2004) ¿por qué no utilizar dicha adicción al servicio de la educación?

Enseñar a los estudiantes a utilizar las redes sociales de forma responsable les proporciona una alfabetización digital sumamente necesaria en la sociedad actual (Fernández Ulloa, 2013). La Competencia Digital es una de las ocho competencias clave que fueron identificadas por la Unión Europea (2006/962/CE) para favorecer el desarrollo personal, la ciudadanía activa, la inclusión social y el empleo de los estudiantes de las etapas obligatorias.

Dicha competencia digital fue delimitada años más tarde a través del proyecto DIGCOMP (Ferrari, 2013), donde se establecieron de forma oficial sus áreas y descriptores (Castañeda y Gutiérrez, 2010):

1. Aprender con las redes sociales, para aprovechar los espacios de interacción y comunicación que se generan entre los jóvenes, que están inmersos en esta dinámica.
2. Aprender a través de las redes sociales, para beneficiarse de los procesos de aprendizaje informales que se general al formar parte de la red.
3. Aprender a vivir en el mundo de las redes sociales, para informar sobre el uso y aprovechamiento de estas redes, tanto dentro como fuera del ámbito

educativo.

Así mismo, entre las ventajas de las redes sociales se encuentran las señaladas por García Granja (2010), de las que cabría destacar las siguientes:

- Aumento de la motivación en el proceso educativo.
- Fomento del aprendizaje autónomo, significativo y activo.
- Revalorización del trabajo en equipo.
- Incentivación de la comunicación y del conocimiento mutuo.
- Práctica de la capacidad de expresión escrita y del manejo de las TIC.
- Gratuidad de servicios que no dependen del software local.
- Prolongación del proceso de aprendizaje más allá del espacio físico y temporal del centro.
- Posibilidad de integración de contenidos propios y de docentes de distintas procedencias y ubicaciones.

Para que estas ventajas lleguen a concretarse es necesario una transformación educativa en la cual se reformen los roles académicos tradicionales, donde el profesor se torna fundamental y un generador de conocimientos que propone situaciones de aprendizaje e interpretación para ayudar al estudiante a desarrollar todo su potencial (Meso, 2010, citado en Torres & Alcántar, 2011) volviéndose fundamental el uso que los docentes hagan de estos recursos.

Entre las principales limitaciones que se suelen atribuir a las redes sociales virtuales, especialmente a las educativas, cabría resaltar la percepción por parte de los participantes de un exceso de control y autoridad. Concretamente, los estudiantes pueden llegar a sentirse observados y juzgados por el profesor, que es quien ejerce el rol de moderador y el único usuario con permisos para modificar o eliminar cualquier tipo de contenido o aportación (Cuadrado y Fernández, 2011).

2. Método

En el presente trabajo se ha realizado un estudio de encuesta cuyos datos se han analizado mediante una metodología cuantitativa de carácter exploratorio y descriptivo, utilizando un diseño mediante encuestas de tipo transversal.

2.1 Planteamiento del problema

Pese al uso reiterado y masivo que hacen los alumnos de las redes sociales, éstas a día de hoy todavía son poco utilizadas entre los docentes para la enseñanza. A través de esta investigación se pretende observar el conocimiento, la utilidad y la frecuencia de uso que los profesores de diferentes etapas educativas hacen de ellas.

2.2 Hipótesis

1. Existen diferencias entre docentes de primaria, secundaria y universidad en el conocimiento y uso de las redes sociales tanto generales como específicas para la docencia.
2. Los docentes encuestados, independientemente del nivel educativo en el que trabajan, tienen mayor conocimiento y uso de las redes sociales generales que de las redes específicas.
3. Existen diferencias entre docentes de primaria, secundaria y universidad en las actividades y ámbitos de uso de las redes sociales.
4. Los docentes encuestados, independientemente del nivel educativo en el que trabajan, usan con mayor frecuencia las redes sociales para la realización de diversas actividades en el ámbito personal o mixto que en un ámbito exclusivamente laboral.
5. Los docentes, independientemente de del nivel educativo en el que trabajen, percibirán las redes sociales como útiles o muy útiles para la comunicación con otros docentes, con alumnos y con padres.

2.3 Instrumento de medición y variables de estudio

El instrumento base usado en esta investigación es la encuesta por cuestionario, que siguiendo a Padilla, González y Pérez (1998) es un documento, ordenado en bloques, que recoge de forma ordenada los indicadores de las variables implicadas en la búsqueda del objetivo de la encuesta. El primer paso para la realización del cuestionario ha sido la traducción de las variables en preguntas concretas que nos han servido de estímulos para que el profesor responda de forma válida y fiable y que nos permitiera su cuantificación. Las variables que se trabajaron y su definición operacional son:

Frecuencia de uso de las redes sociales. La frecuencia se puede definir como el número de veces que se realiza un evento, en este caso el uso de las redes. Para medir esta variable se utilizó una escala desde siempre (varias veces al día) hasta casi nunca (pocas veces al año).

- Franja horaria en que se conecta y tiempo que permanece conectado: además de conocer la frecuencia era de interés conocer el momento del día en que los profesores acceden a sus redes sociales y el número de horas que permanecen en las mismas.
- Conocimiento y uso de las redes sociales generales. Como ya se ha mencionado en la introducción existen más de 40 redes sociales y nos encontramos con el dilema de cuáles incluir en la encuesta, finalmente nos decantamos por el artículo de Huertas (2014) en el que se especifican las 10 redes sociales más usadas por los españoles. El formato empleado en las respuestas es: a) no conoce la red, b) conoce la red pero no la ha usado, c) conoce la red y la ha usado.
- Conocimiento y uso de las redes sociales específicas para la docencia. Respecto a la selección de las redes específicas se ha utilizado el artículo de Ponce (2012), en este documento se identifican las redes sociales educativas más conocidas en España, de las cuales se han seleccionado 10. El formato de respuesta es el mismo de las redes generales.
- Actividades y ámbito. Se busca conocer el tipo de actividades más comunes que realizan los docentes y el ámbito en que las hacen (laboral, personal o ambos).
- Valoración de la utilidad para la interacción con colegas, alumnos y padres. Una de las principales ventajas de las redes es que permiten la comunicación y la interacción entre las personas. Por medio de esta variable se busca medir la utilidad percibida por los docentes para acciones de comunicación con diversos actores del ámbito educativo. El formato de respuesta a estas preguntas oscila entre nada útil a bastante útil.

Se ha decidido dividir las variables anteriormente presentadas en cuatro bloques: el primero contiene información general (edad, sexo, área de trabajo y años de

experiencia docente), el segundo las preguntas sobre frecuencia, conocimiento y uso de las redes sociales tanto generales como específicas, el tercero las actividades (ámbitos de uso) y el último contiene preguntas sobre la utilidad percibida para la interacción con colegas, alumnos y padres.

2.4 Procedimientos

2.4.1 Selección de la muestra

La muestra estuvo compuesta por 198 profesores, 125 mujeres y 73 hombres, de los cuales un 26% son de la etapa de Infantil y Primaria, un 45% de Secundaria y un 29% de Universidad. La edad promedio de los docentes es de 43.63 años, con una edad mínima de 23 años y máxima de 63. En promedio los profesores encuestados cuentan con 16.67 años de experiencia docente.

2.4.2 Recolección de los datos

Los datos se recogieron durante el curso 2015-2016 a través del cuestionario que fue enviado de forma online a grupos de profesores de las etapas de Infantil, Primaria, Secundaria y Universidad a través de muestreo tipo “bola de nieve” en el cual se ha realizado un muestreo en cadena de la siguiente forma: se ha pedido a un grupo de cinco profesores vinculados a las distintas etapas educativas y estudiantes del Máster en Educación y Nuevas Tecnologías de la Universidad a Distancia de Madrid que contactaran con sus compañeros de trabajo y otros profesores de su entorno para participar en el estudio; a los profesores que aceptaron se les solicitó su correo electrónico en el que se les envió una carta explicativa con los objetivos del proyecto y su consentimiento para participar en el mismo, en dicha carta se les pidió a su vez colaboración para ayudar a encontrar otros profesores interesados en participar y así sucesivamente hasta que se obtuvo una muestra de 200 profesores, objetivo que nos habíamos marcado como muestra mínima al comenzar el estudio.

2.4.3 Análisis de los datos

Se ha realizado análisis descriptivo (distribuciones de frecuencia y porcentajes) y gráfico de cada una de las variables de estudio y luego un análisis comparativo que permite responder a las hipótesis de partida. Para el análisis se ha utilizado el software SPSS v. 20 (IBM, 2011).

3. Resultados

En general en la muestra de profesores hay un amplio y frecuente uso de las redes sociales un 80% de los profesores utilizan las redes todos los días, varias veces al día o varias veces por semana. También un 80% suele usarlas de noche (entre las 19 y las 24h) y un 42% suele estar conectado entre 1 y 2 horas. Otro 40% se conecta en intervalos irregulares o menos de 1 hora. A continuación se presenta el análisis de cada una de las variables que nos permiten responder a las hipótesis y objetivos planteados.

3.1 Conocimiento y uso de las redes sociales generales

Primaria: En la figura 1 se puede observar que más del 90% de los docentes de Primaria conocen y han utilizado redes sociales generales como Facebook y Youtube, más de un 40% conocen y han usado redes como Twitter y Twenti, más del 40% conocen pero no han usado redes como LinkedIn y Badoo y las grandes desconocidas (más de un 50% las desconocen) son Pinterest, Flickr y Odoklasnniki (esta última desconocida por más del 90%) de los docentes.

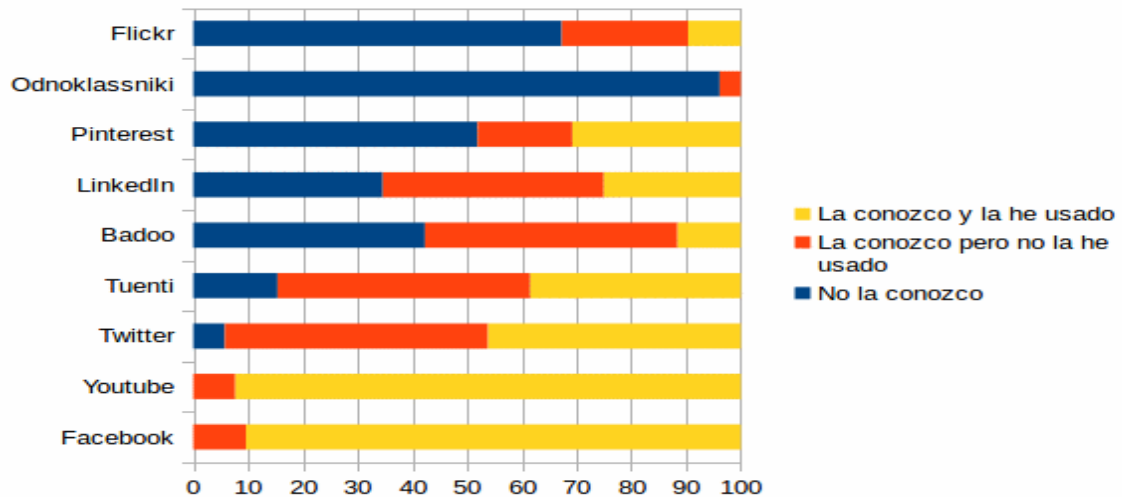


Figura 1. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales generales (primaria)

Secundaria: En la figura 2 se puede ver que más del 95% de los docentes de secundaria conocen y han utilizado redes sociales generales como Facebook y Youtube pero a diferencia de los profesores de primaria un 80% de los profesores de secundaria han usado Twitter. Las otras redes presentan tendencias similares a los profesores de primaria excepto porque hay un mayor porcentaje de profesores de secundaria que conocen (aunque no han usado) Odnoklassniki y LinkedIn.

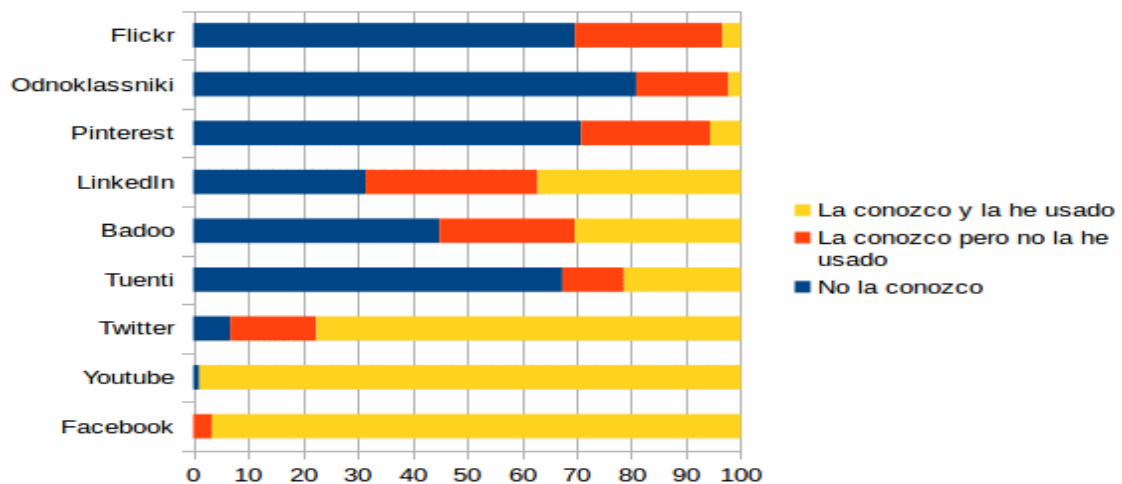


Figura 2. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales generales (secundaria)

Universitarios: En la figura 3 se puede observar las mismas tendencias en general que en los profesores de primaria y secundaria. Entre los profesores universitarios hay

un gran conocimiento y uso de las redes Facebook y Youtube, aunque cabe destacar que, a diferencia de profesores de otros niveles un 10% de los profesores universitarios no usa el Facebook.

Otra diferencia interesante es que más del 60% de los profesores conocen Badoo aunque no la han usado. Las más desconocidas por los profesores universitarios son Pinterest y Odnoklassniki con un 70% y 95% de desconocimiento respectivamente. Cabe destacar también un mayor porcentaje uso de LinkedIn (casi un 50%) comparado con los porcentajes de primaria y secundaria.

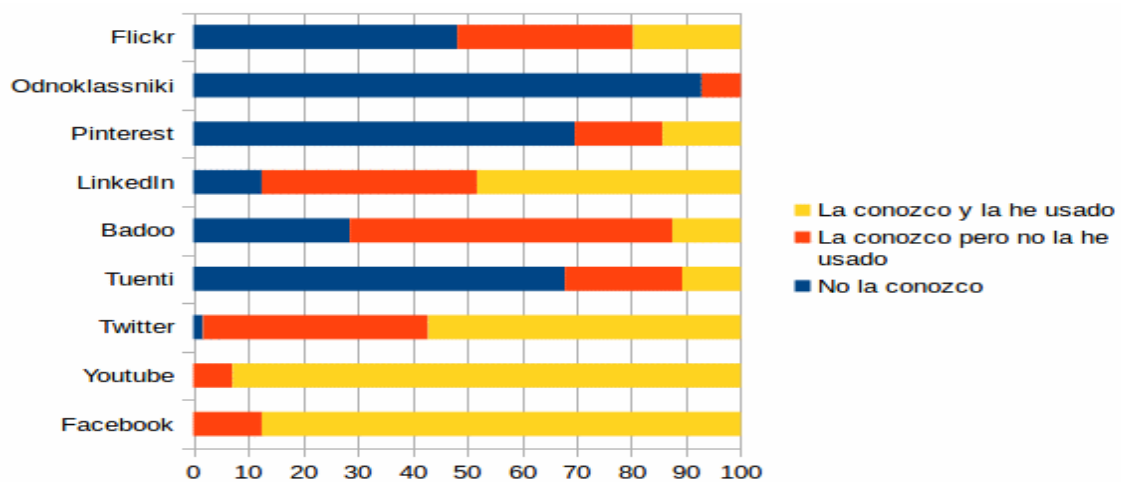


Figura 3. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales generales (universidad)

3.2 Conocimiento y uso de las redes sociales específicas para la docencia

En general se puede observar que el conocimiento y uso de redes sociales específicas para la docencia es mucho menor en todos los niveles.

Primaria: En la figura 4 se puede observar que la red social específica más usada por los docentes de primaria es Internet en el Aula con casi un 30% de uso, seguida por Edmodo con un 25%. Las redes más desconocidas son Diipo y Maestroteca con más de un 80% de docentes que no las conocen.

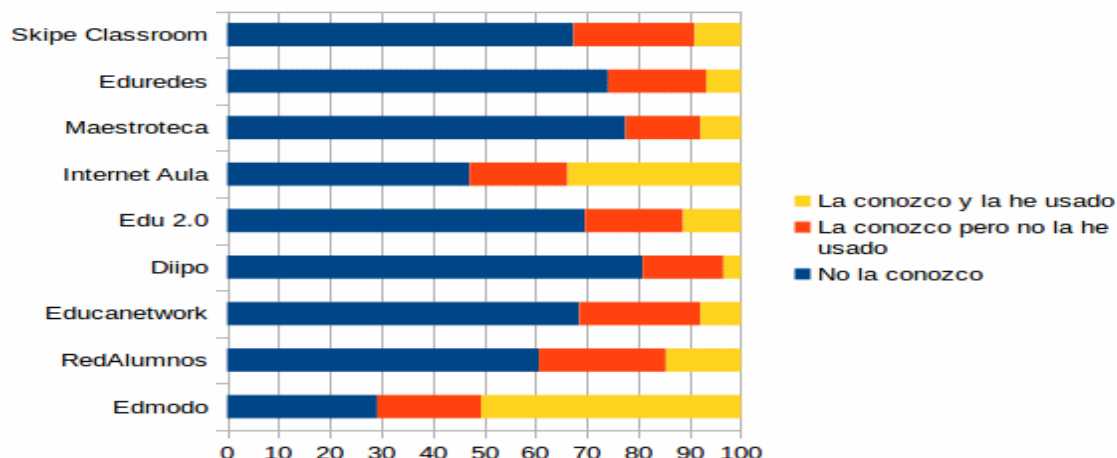


Figura 4. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales específicas (primaria)

Secundaria: En la figura 5 se puede ver que la tendencia es bastante similar que en el caso de los docentes de primaria, solo se aprecia un cambio importante en la red Edmodo pues algo más del 50% de los docentes de secundaria la utiliza. Las menos conocidas con nuevamente Diipo y Maestroteca (con más del 75% de docentes que las desconocen)

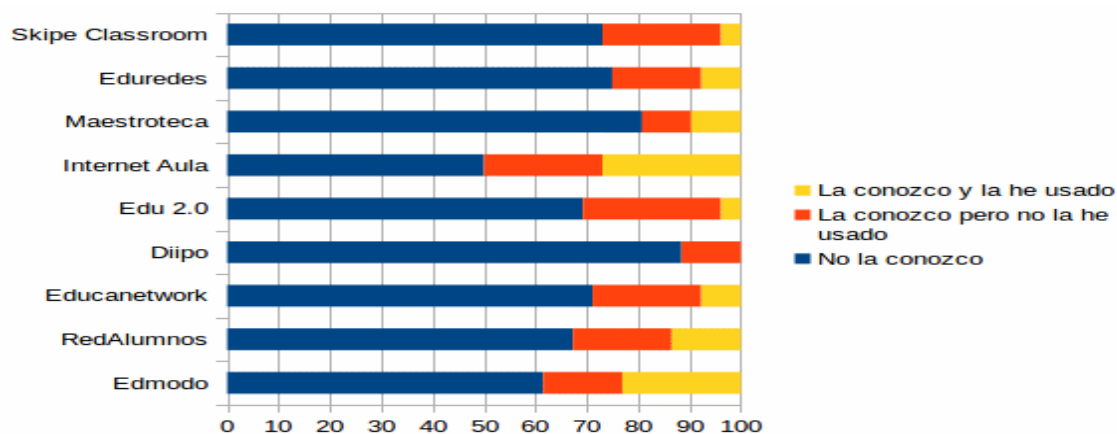


Figura 5. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales específicas (secundaria)

Universitarios: En la figura 6 se puede observar tendencias similares en los docentes universitarios. Cabe destacar el aumento del uso de la Red Internet en el Aula con más del 40% de profesores que la usan y una disminución marcada del uso de la red Edmodo en el ámbito universitario pues solo un 20% de los encuestados de este nivel la

usa. Al igual que en el caso de los docentes de primaria y secundaria las más desconocidas son Diipo y Maestroteca.

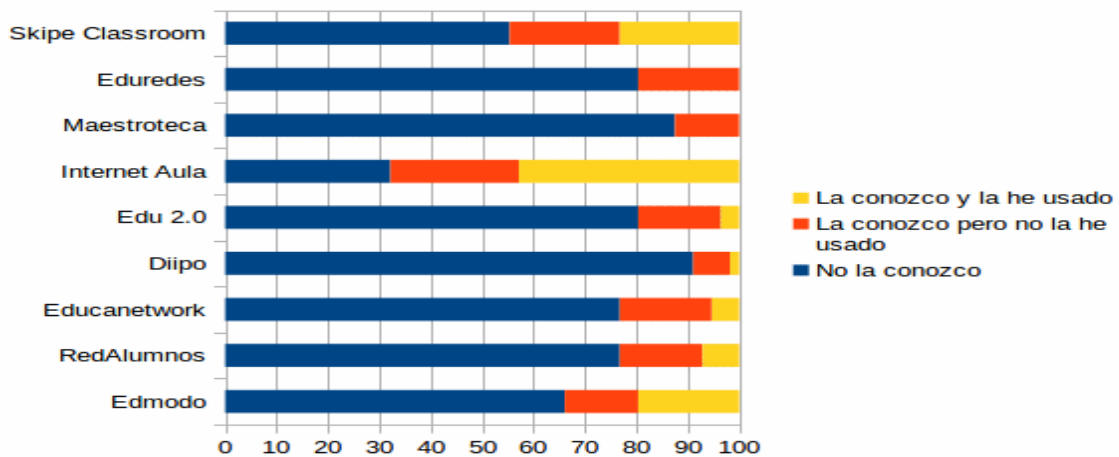


Figura 6. Porcentaje de conocimiento y uso de las redes sociales específicas (universidad)

3.3 Actividades y ámbitos en los que se utilizan las redes sociales

Primaria: En la Figura 7 se observa que los docentes de primaria utilizan las redes principalmente en el ámbito personal (más del 60% las usa en este ámbito en actividades como mejorar perfil, visitar perfiles, enviar mensajes, colgar contenidos, chatear y actualizar el estado). Las actividades buscar empleo y contactar alumnos son las únicas que se realizan en mayor medida en el ámbito laboral (50% aproximadamente hace estas actividades en el plano laboral). Más del 80% de los encuestados participa en grupos en los dos ámbitos.

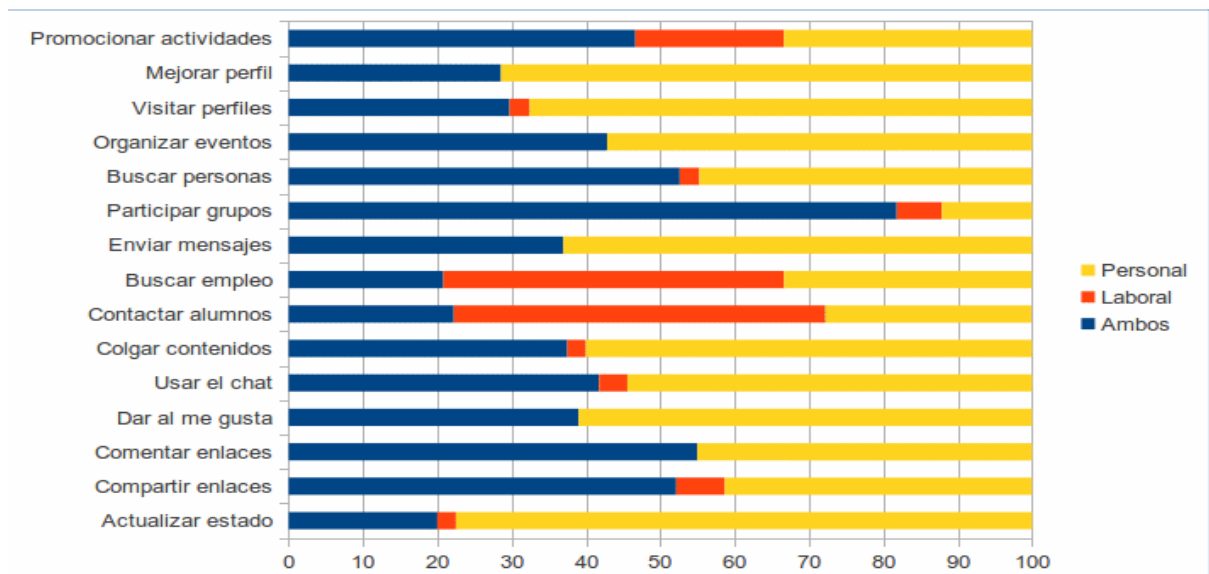


Figura 7. Porcentaje de realización de actividades en cada ámbito (primaria)

Secundaria: En la figura 8 se observa que los profesores de secundaria utilizan mayoritariamente las redes en los dos ámbitos (personal y laboral) para actividades como promocionar actividades, mejorar el perfil, buscar personas, buscar empleo, chatear, compartir enlaces y actualizar el estado. Un 20% de los profesores usan las redes en el ámbito exclusivamente laboral para promocionar actividades, participar en grupos, buscar empleo y contactar alumnos. En el plano personal las redes son usadas para enviar mensajes.

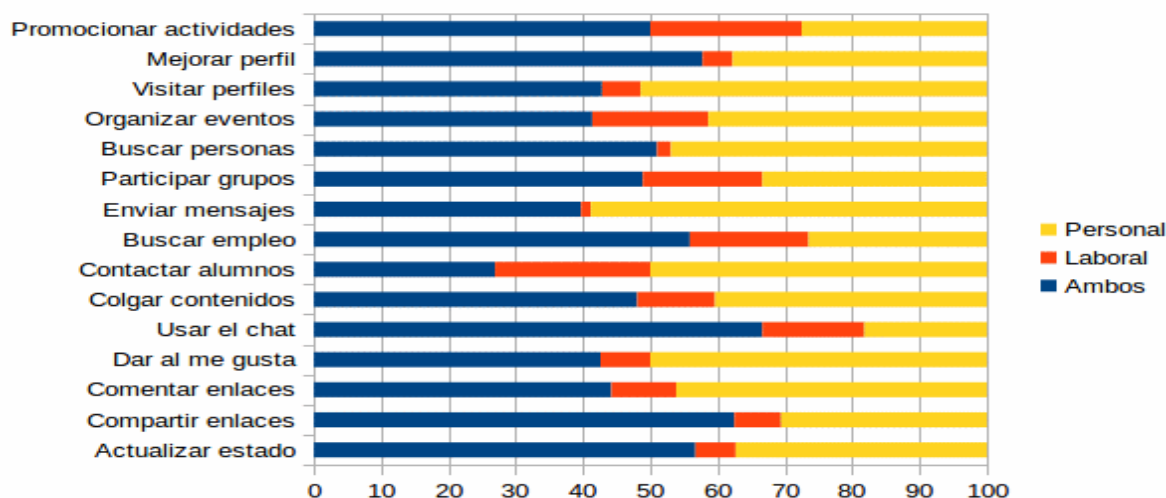


Figura 8. Porcentaje de realización de actividades en cada ámbito (secundaria)

Universidad: En la figura 9 se observa que los profesores universitarios utilizan las redes en el ámbito personal para enviar mensajes y chatear. En los dos ámbitos para promocionar actividades, visitar perfiles, buscar personas, colgar contenidos y compartir enlaces. Es importante notar que comparativamente con los profesores de primaria y secundaria hay un mayor porcentaje de docentes universitarios que usan las redes exclusivamente en el ámbito laboral para actividades como compartir enlaces, organizar eventos y contactar alumnos.

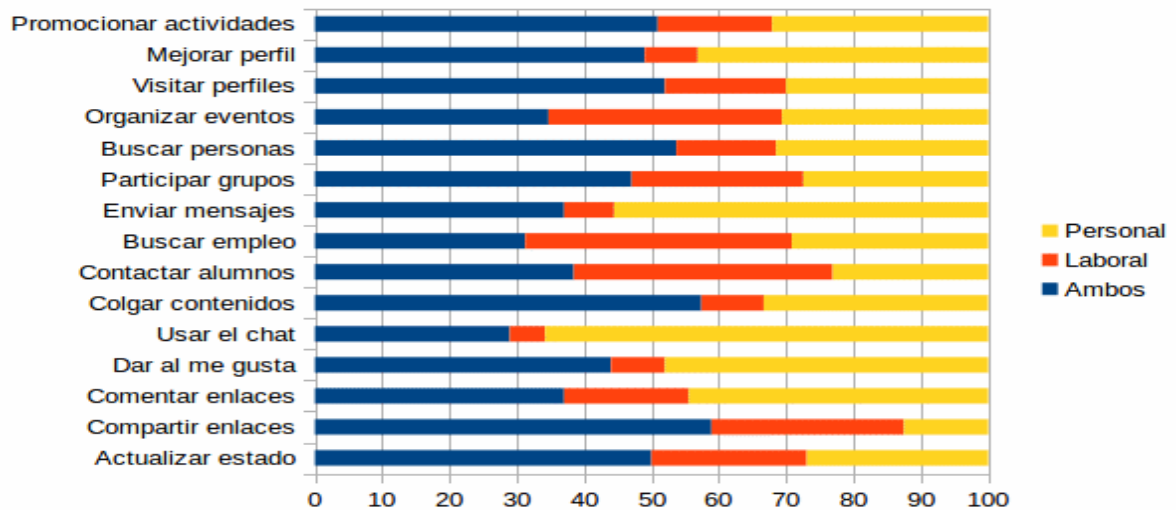


Figura 9. Porcentaje de realización de actividades en cada ámbito (secundaria)

3.4 Valoración de la utilidad de las redes entre colegas, con alumnos y con padres.

Entre profesores. La Tabla 1 muestra la utilidad percibida por los docentes de primaria, secundaria y universidad para la realización de actividades entre profesores. Se puede observar que, independientemente del nivel, más del 80% de los profesores consideran que las redes sociales son bastante o muy útiles para la interacción con colegas. Aunque la distribución porcentual por niveles es similar cabe destacar que una mayor proporción de profesores universitarios perciben las redes como bastante útiles.

Entre profesores y alumnos. La Tabla 2 muestra la utilidad percibida por los docentes de primaria, secundaria y universidad para la realización de actividades con alumnos. Se puede observar que, la utilidad percibida sigue siendo muy alta aunque disminuye notablemente en los profesores de primaria pues menos del 60% de los profesores de este nivel consideran que las redes sociales son bastante o muy útiles para la interacción con alumnos. Respecto a los profesores de secundaria y universidad se presenta una distribución porcentual de la utilidad similar a la encontrada en la interacción con colegas.

Tabla 1. Utilidad percibida para la interacción con otros profesores

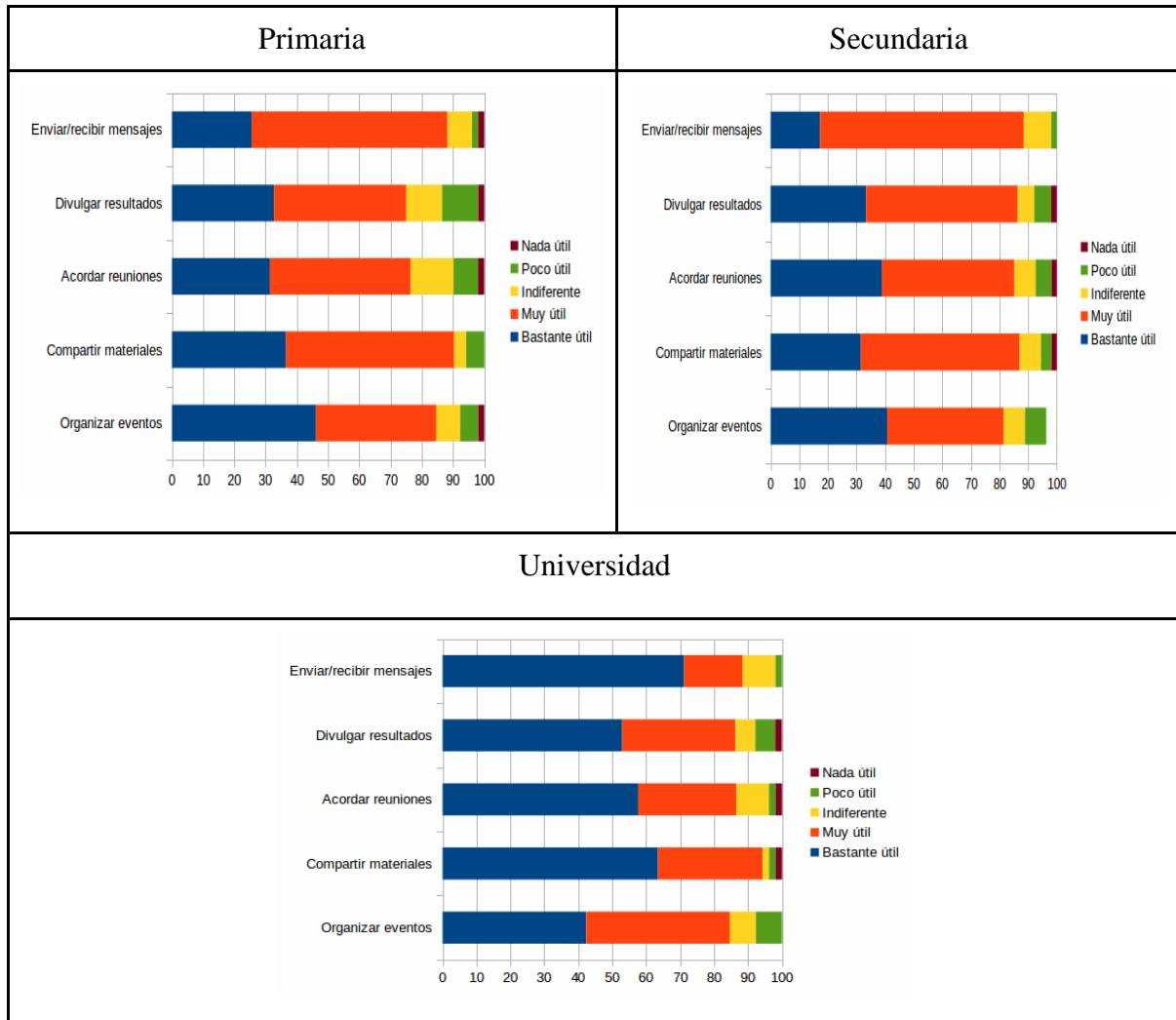
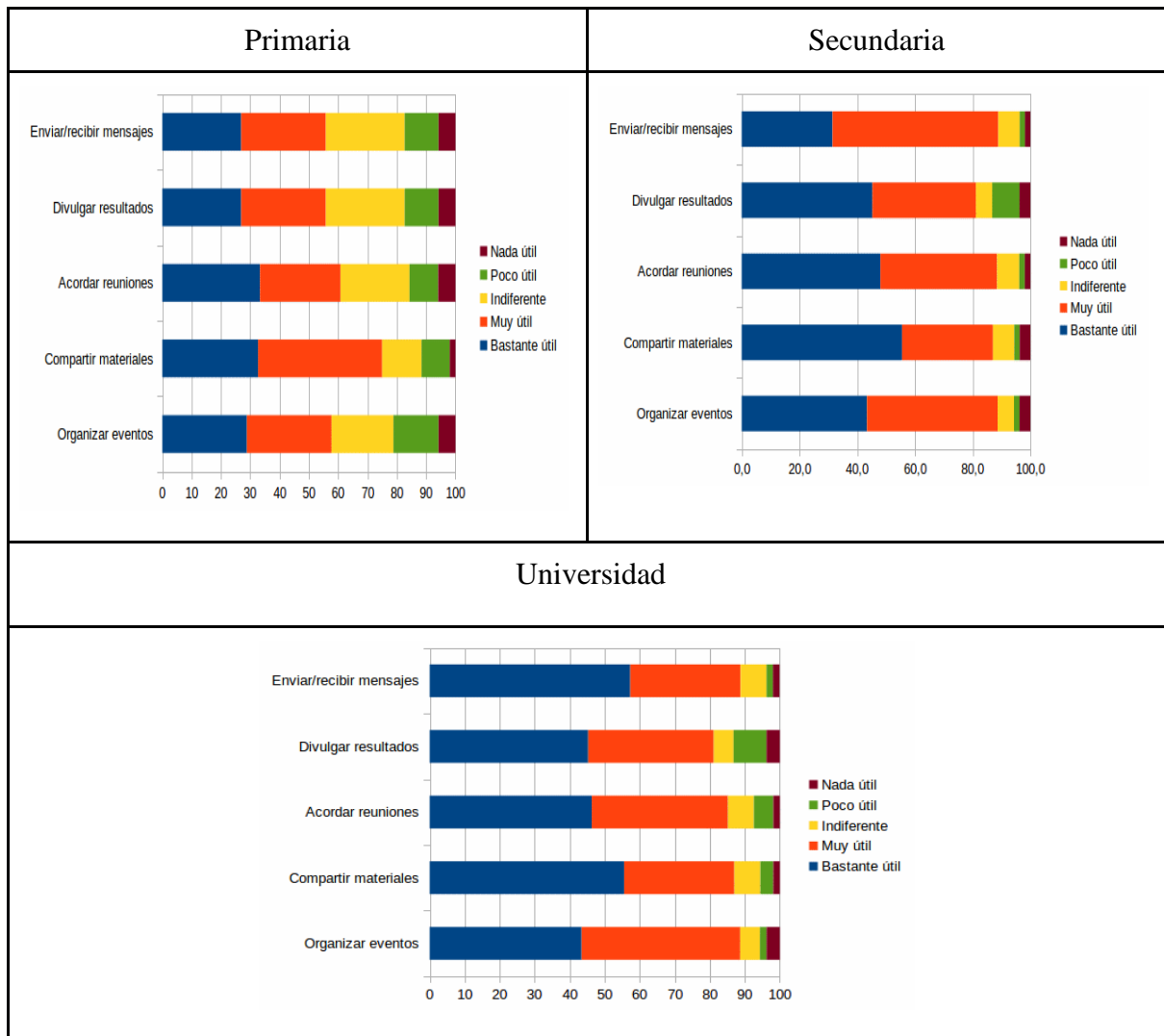
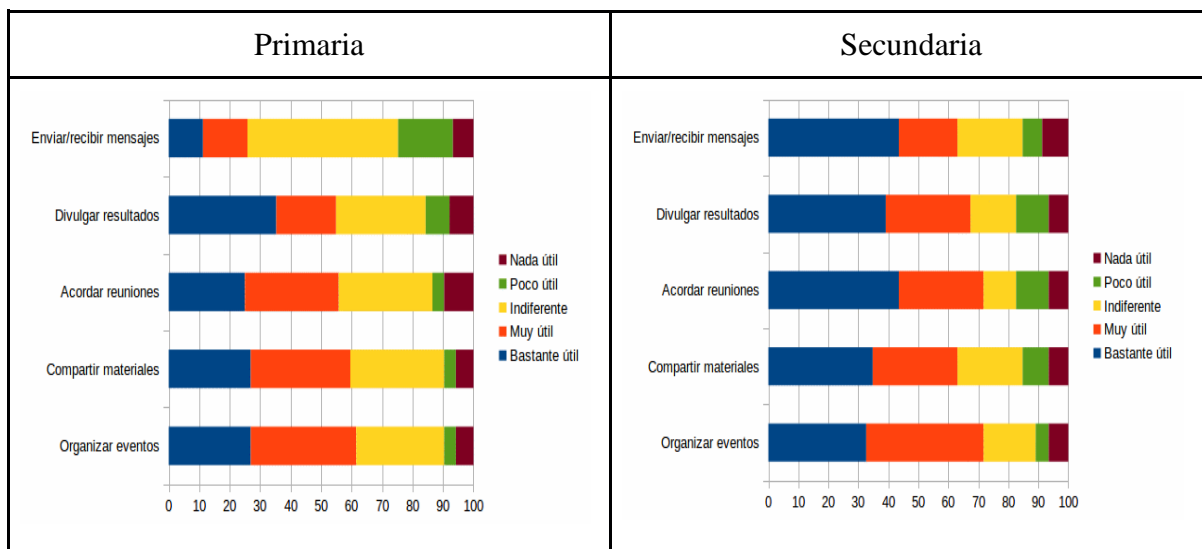


Tabla 2. Utilidad percibida para la interacción entre profesores y alumnos



Entre profesores y padres. La Tabla 3 presenta la utilidad percibida por los docentes de primaria y secundaria para la comunicación con los padres, no se tiene en cuenta el nivel universitario pues esta pregunta no aplica para estos docentes. En la tabla se puede observar que la percepción de utilidad disminuye mucho, especialmente en docentes de primaria en los que aumenta el porcentaje de respuestas en la categoría “indiferente”. En secundaria más del 50% siguen considerando que las redes son útiles en la comunicación con padres, especialmente para organizar eventos y acordar reuniones.



4. Discusión

La mayor parte del profesorado considera que las redes sociales resultan muy útiles para diversas acciones, como compartir materiales o enviar y recibir mensajes. No obstante, todavía no se percibe un alto uso para las actividades propias de la práctica docente, observándose una tendencia a su uso en el ámbito personal. De hecho, resulta curioso que pocos profesores trabajen realmente con las redes sociales en sus aulas pese a la gran cantidad de ellas que existe (de Haro, 2009).

Sería necesario que en la formación del profesorado, tanto inicial como permanente, se reforzase el conocimiento sobre las redes sociales y se afianzase las competencias relativas a su uso en el ámbito didáctico. Esto podría ayudar a superar la falta de legitimación que padecen las redes sociales como espacios específicos para la educación (Peña, Pérez, & Rondón, 2010), ofreciendo un contexto metodológico más consolidado.

En este sentido, conviene recordar la necesidad de que el profesorado se comprometa a desarrollar dichas competencias y actualizarlas siempre que sea necesario, a fin de adaptarse a los cambios que puedan generarse en el ámbito de las redes sociales (Torres, & Alcántar, 2011).

Respecto a la comprobación de las hipótesis de partida se encuentra que un amplio porcentaje de profesores, independientemente de la etapa educativa en la que trabajan, conocen y han usado redes generalistas como Facebook o Youtube e incluso LinkedIn en el caso de los docentes universitarios, sin embargo, el conocimiento y uso de las

redes específicas para la docencia es muy limitado, solo se conocen Internet en el Aula y Edmodo y tienen un bajo porcentaje de uso (no superior al 50% en ningún nivel educativo). Este resultado concuerda con lo observado por autores como Peña, Pérez y Rondón (2010) pues si se analizan las posibilidades de las redes sociales específicas para la docencia se puede apreciar que tienen componentes importantes para el desarrollo del trabajo colaborativo y cooperativo, sin embargo, como se ha podido comprobar en este estudio los docentes hacen poco uso de las mismas, este hecho puede explicarse por cierta desconfianza por parte del profesorado hacia la tecnología empleada por los estudiantes (sms, chat, Facebook, YouTube...), al percibirla como un elemento que influye negativamente sobre el flujo natural de la enseñanza tradicional (Peña, Pérez y Rondón, 2010).

En cuanto a las actividades y ámbito en que se usan las redes sociales se ha encontrado en este estudio que los docentes de educación infantil y primaria utilizan las redes principalmente en el ámbito personal mientras que los docentes de secundaria las usan principalmente en los dos ámbitos (personal y laboral), por su parte los docentes universitarios tienen un mayor porcentaje de uso exclusivo en el ámbito laboral. Este resultado se encuentra en consonancia con la idea de De Haro (2009) según la cual las redes sociales más generalistas son adecuadas para la incorporación inicial de los docentes en las mismas, probablemente, la forma más natural de incorporarse a las redes sea mediante un uso personal que luego se transforma en un uso laboral cuando los profesores más “avanzados”, en este caso los del ámbito universitario, intentan incorporar herramientas externas más especializadas como complemento.

Finalmente, respecto a la valoración de la utilidad de las redes entre colegas, con alumnos y con padres se ha encontrado que, independientemente del nivel educativo un porcentaje muy alto de profesores consideran que las redes sociales son muy útiles para la interacción con colegas, sin embargo, este porcentaje de utilidad percibida se hace menor para la interacción con alumnos y aún mucho menor para la interacción con padres. Vale la pena entonces reforzar el papel de las redes en la interacción con estos dos últimos agentes educativos, especialmente con los alumnos, ya que, siguiendo a Torres y Alcántar (2011) redes sociales como Facebook ofrecen variedad de recursos para compartir información, ilustrar los contenidos con ejemplos, proponer ejercicios, hacer la clase más dinámica y que los estudiantes formen redes de aprendizaje.

Referencias

- Astudillo, M.P. y Chévez, F. (2013). Las redes sociales: un apoyo para docentes y estudiantes en el proceso educativo universitario. *Revista educación y tecnología*, 4, 30-42.
- Castañeda, L. y Gutiérrez, I. (2010). Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. En L. Castañeda (Coord.), *Aprendizaje con redes sociales*, 17-40. Sevilla: MAD.
- Cuadrado, I. y Fernández, I. (2011). *La comunicación eficaz con los alumnos. Factores personales, contextuales y herramientas TIC*. Madrid: Wolters Kluwer.
- de Haro, J.J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *Revista DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, 13.
- Echeburúa, E., & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96.
- Fernández Abuín, J.P. (2016). La adquisición y desarrollo de la competencia digital en alumnos de educación secundaria. Estudio de caso. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 7(2), 83-98.
- Fernández Antelo, I. (2012). Potencialidad educativa de las redes sociales. *Revista Iberoamericana para la investigación y desarrollo educativo*, 8, 1-18.
- Fernández Ulloa, T. (2013). Aprendizaje colaborativo y uso de las redes sociales en educación primaria. *Didáctica. Lengua y Literatura*, 25, 157-187.
- Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- García Granja, M.J. (2010). Redes sociales aplicadas a la educación. *Revista Digital CSI-F Andalucía*, 28, 1-13.
- Huertas, S. (2014). ¿Cuáles son las redes sociales con más éxito en España? *Expansión*, 30 de marzo. <http://www.expansion.com/2014/03/30/empresas/digitech/1396187893.html>
- IBM Corp. (2011). IBM SPSS Statistics for Windows, Versión 20.0. Armonk, NY: IBM Corp.

- Johansson, A., & Götestam, K. G. (2004). Internet addiction: characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth (12–18 years). *Scandinavian journal of psychology*, 45(3), 223-229.
- Padilla, J. L., González, A., Pérez, C. (2008). Elaboración del cuestionario. En: Rojas, A.J., Fernández, J.S., Pérez, C., (editores). *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Editorial Síntesis, p. 115-40.
- Peña, K., Pérez, M., & Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de teoría y didáctica de las ciencias sociales*, 16, 173-205.
- Ponce, I. (2012). Monográfico: redes sociales. Redes sociales educativas. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: observatorio tecnológico. Madrid. Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>
- Torres, C. I., & Alcántar, M. D. R. C. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?. *Apertura*, 3(2), 6-15.
- Valenzuela, R. (2013). Las Redes Sociales y su aplicación en la educación. *Revista digital universitaria*, 14(4), 1-14.
- Vázquez-Martínez, A.I. y Cabero-Almenara, J. (2015). Las redes sociales aplicadas a la formación. *Revista complutense de educación*, 26(1), 253-272.

Normativa

- 2006/962/CE. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. Diario Oficial de la Unión Europea, L 394/10, de 30 de diciembre de 2006.

AS REDES SOCIAIS EM AMBIENTE DE COLABORAÇÃO INTERNA¹

TERESA RUÃO

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
truao@ics.uminho.pt

ANA LOPES

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho
b7235@ics.uminho.pt

Resumo

As mudanças trazidas pelas inovações tecnológicas para o ambiente interno das organizações têm vindo a ser estudadas por diversos autores, como Argenti (2006) ou Corman (2006), que refletem sobre as implicações da sua adoção na teoria e na prática da Comunicação Organizacional. Neste trabalho, seguimos as pistas destes investigadores e analisamos o papel das redes sociais no ambiente interno das organizações, pelas transformações que produzem nos fluxos de comunicação tradicionais, criando ambientes virtuais que facilitam a interação das equipas de trabalho (muitas vezes geograficamente dispersas). O guia condutor do estudo é o conceito de *Social Project Management* (Silvius, 2016) – uma teoria com origem na Gestão de Projetos – que pretendemos adaptar à análise da inovação tecnológica no campo da Comunicação Organizacional. Esta teoria, centrada no uso das redes sociais como facilitadoras das dinâmicas de trabalho no contexto dos projetos, parece fazer sentido também num campo mais amplo do estudo das redes nas organizações, já que se propõe esbater algumas das barreiras à comunicação entre equipas, como o uso excessivo do *email* e das reuniões, ou a má gestão do conhecimento organizacional. Assim, o objetivo deste trabalho foi analisar os efeitos da introdução das redes sociais tecnológicas nas práticas de trabalho e como podem contribuir para melhorar a comunicação interna e o desempenho dos colaboradores.

Palavras-chave

Redes sociais, comunicação interna, equipas virtuais, fluxos de comunicação, *Social Project Management*

¹ This research is sponsored by the Portugal Incentive System for Research and Technological Development. Project in co-promotion nº 002814/2015 (iFACTORY 2015-2018).

Abstract

The changes brought by technological innovations to the internal environment of organizations have been studied by several authors, such as Argenti (2006) or Corman (2006), who reflect on the implications of their adoption in the theory and practice of Organizational Communication. In this work, we follow the clues of these authors and analyse the role of social networks in the internal environment of organizations and the transformations they produce in traditional communication flows, creating virtual environments that facilitate the interaction in team work (often geographically dispersed). This study is guided by the concept of *Social Project Management* (Silvius, 2016) - a theory introduced by Project Management - that we intend to use for analysing the technological innovation in the Organizational Communication field. This theory, focusing on the use of social networks as work dynamics facilitators in the context of projects, can be brought to a broader field of the study as networks in organizations, since it looks for blurring some of the barriers to communication between teams, such as the excessive use of email and meetings, or the mismanagement of organizational knowledge. Thus, this study aims to understand the changes that come from the introduction of social networks in work practices and that can contribute to improve internal communication and employee performance.

Keywords

Social networks, internal communication, virtual teams, communication flows, Social Project Management

1. Introdução

A adoção de novos canais tecnológicos nas organizações, especialmente as redes sociais, constitui um desafio que tem vindo a ser largamente estudado por diferentes investigadores - como Corman (2006) ou Argenti (2006), na área da Comunicação Organizacional/Corporativa - que evidenciam as transformações que estas mudanças acarretam para a comunicação destas entidades. E há um interesse particular por parte do mundo empresarial em perceber como é que as redes se podem tornar elementos consonantes e não dissonantes da sua realidade. Ora, numa altura em que cresce a influência tecnológica sobre as organizações, consideramos pertinente refletir precisamente sobre o tema do uso das redes sociais na comunicação formal e operativa das empresas/instituições, procurando caminhos para a sua aplicação prática nas organizações contemporâneas. Assim sendo, o presente trabalho procura (1º) *perceber os desafios que estão subjacentes à introdução das redes sociais nas práticas de trabalho e (2º) entender como estas podem contribuir para melhorar a comunicação interna e o desempenho dos colaboradores.*

Alicerçamos a nossa análise no pensamento desenvolvido no campo da Comunicação Organizacional - mais especificamente da Comunicação Interna -, que constitui uma área particular das Ciências da Comunicação. Este campo estuda todo o tipo de atos de comunicação que ocorrem dentro das organizações e fora delas, na relação com o meio ambiente. E para este trabalho adotaremos a definição crítica de Mumby (2001, p.586), segundo a qual a Comunicação Organizacional é “o processo de criação de estruturas de significado, coletivas e coordenadas, através de práticas simbólicas orientadas para atingir objetivos organizacionais”. E entendemos a comunicação interna como toda a interação (formal e informal) que se produz no interior de uma organização, com propósitos de coordenação de tarefas e de promoção de um clima apropriado ao cumprimento dos objetivos organizacionais (Ruão, 2008).

Com base nestes entendimentos, debruçar-nos-emos sobre a comunicação desenvolvida por equipas de projeto – dando particular atenção às dificuldades dos grupos geograficamente dispersos - e sobre a forma como, através de uma rede social, virtual e colaborativa, se pode contribuir para a construção de significados comuns e partilhados

entre elementos de equipas, que contribuam para um melhor desempenho no trabalho. Para tal, discutiremos o papel das redes sociais tecnológicas nas organizações e apresentaremos a solução proposta pela abordagem social da gestão de projetos, conhecida como *Social Project Management*. Através desta abordagem, apresentaremos uma proposta de uso das redes sociais tecnológicas nas organizações como prática de comunicação orientada para a produtividade e a eficiência. Evitando um pensamento positivista puro, discutiremos as desvantagens e riscos dessa abordagem.

2. Redes sociais tecnológicas: desafios e oportunidades para as Organizações

2.1 Entendimentos sobre Redes Sociais

As redes são hoje sistemas complexos de auto-organização, através dos quais os indivíduos ou organizações trabalham e comunicam entre si para aumentar a performance individual ou da rede no seu todo, de modo a alcançarem flexibilidade e sobreviverem em ambientes altamente instáveis e inovadores. Estas são, contudo, formas muito antigas de organização social que, tradicionalmente, assentavam na definição de hierarquias. De resto, os estudos sociológicos e antropológicos analisaram com profundidade o fenómeno, aplicando-o à organização familiar ou societária (como Émile Durkheim). Porém, na ‘era da informação’, as redes tomaram formas mais dinâmicas e complexas, potenciadas pelas novas tecnologias.

No contexto do presente trabalho, interessam-nos as redes sociais que definimos como “(...) uma série de vínculos entre um conjunto definido de atores sociais”² (Santos, 1989, p. 137). Estes vínculos podem ser criados através das mais diversas interações, desde a comunicação face-a-face até à comunicação mediada pela tecnologia, como a veiculada nos *social media*. Este estudo olhará, assim, as redes sociais tecnológicas (no sentido original do termo em inglês de *social media* e não de *social network*) como uma ferramenta que permite, facilita e estimula a criação de redes sociais interpessoais. Procuraremos, ainda, centrar a nossa atenção nas redes sociais tecnológicas ao serviço das organizações (empresas e instituições). Para isso adotaremos a perspetiva de Leonardi, Huysman e Steinfield, que afirmam que:

“(...) em vez de funcionar como um canal através do qual a comunicação

² Traduzido pelas autoras a partir do original.

circula, as redes sociais empresariais funcionam como uma plataforma sobre a qual a interação social ocorre. Como esta plataforma é digital, em contraste com as plataformas físicas dos escritórios, salas de conferência e corredores que tradicionalmente são os palcos em que maioria das comunicações no local de trabalho ocorre, qualquer pessoa na organização pode participar a qualquer momento e de qualquer lugar” (Leonardi, Huysman, & Steinfield, 2013, p. 2).³

Neste âmbito, há um conjunto de ideias feitas sobre uso das redes sociais tecnológicas em organizações e que convém ultrapassar (ver tabela 1). Em primeiro lugar, é comum a ligação que se faz entre redes sociais tecnológicas e a comunicação externa (Leonardi et al., 2013). Ou seja, as redes sociais são vistas como uma forma de estabelecer relações com os públicos externos, para criar reputação, promover produtos, divulgar promoções ou realizar campanhas. Na verdade, o facto das redes sociais tecnológicas disponibilizarem métricas extensivas e caracterizações quase individualizadas dos públicos em muito contribuiu para a canalização do investimento publicitário para estes meios, acentuando a sua utilidade externa. Mas convém não esquecer o potencial que apresentam também para a comunicação interna. Em segundo lugar, e referindo-nos já a este seu uso interno, há quem veja as redes tecnológicas como uma ‘distração’ que prejudica a produtividade dos colaboradores (Leonardi et al., 2013). Nessa medida, muitas organizações apostam na regulação ou mesmo na proibição do uso destas plataformas nos locais e horários de trabalho; e há, inclusive, organizações que criam regulamentos para a governação desta questão⁴. Assim, estas organizações não exploram o potencial comunicativo que podem apresentar estes meios. Em terceiro lugar, há quem olhe as tecnologias sociais como uma forma de invadir o espaço privado dos colaboradores, e tornado público nas redes sociais (Sánchez Abril, Levin, & Del Riego, 2012). Por meio destas redes, os responsáveis das empresas podem facilmente conhecer a vida privada dos seus colaboradores ou mesmo dos candidatos a empregos, esbatendo as barreiras entre a esfera privada e esfera profissional dos públicos internos, mas levantando questões éticas de falta de respeito pela privacidade do outro. E estas são algumas das assunções que têm prejudicado o melhor uso das redes sociais tecnológicas em contextos internos de trabalho e que convém ter em conta, mas sem as colocar como impeditivas de evoluções futuras.

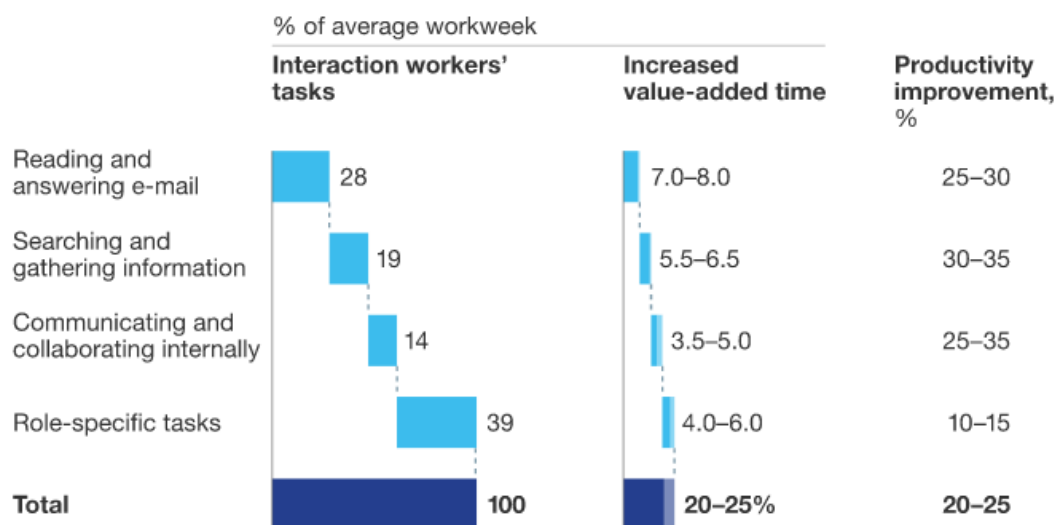
³ Traduzido pelas autoras a partir do original.

⁴ No site <http://socialmediagovernance.com/policies/> é possível encontrar guias de algumas grandes empresas para o uso interno das redes sociais tecnológicas.

1. Redes sociais = Comunicar com o exterior
Criar reputação, promover produtos, promoções, campanhas,...
 2. Redes sociais = Distração dos públicos internos
Necessidade de regulação ou proibição do uso por implicar perda de produtividade...
 3. Redes sociais = ‘Espiar’ a vida privada dos colaboradores
Estudo dos candidatos a empregos, devassa do espaço privado dos colaboradores...
- Tabela 2 - Ideias pré-estabelecidas sobre as redes sociais e as organizações.**

2.2 Novos entendimentos sobre Redes Sociais nas Organizações

Apesar da força das perspetivas apresentadas anteriormente para as práticas das organizações contemporâneas, mais recentemente emergiu o interesse pela utilização das redes sociais tecnológicas com propósitos de execução de tarefas e aumento da eficácia/eficiência do trabalho dos colaboradores. Tal parece ser, de resto, a visão de um estudo do *Mckinsey Global Institute*, elaborado por Chui et al. (2012) e intitulado *The social economy: unlocking value and productivity through social technologies*, que explorou o impacto económico do uso destas tecnologias. Segundo os autores deste relatório, as tecnologias sociais parecem contribuir para um aumento, entre 20% e 25%, da produtividade dos colaboradores, cujo trabalho está relacionado com a área do conhecimento. Na figura 1 é possível ver as tarefas a partir das quais se poderia gerar este aumento da produtividade, como a leitura e resposta a *emails*, a pesquisa de informação, a comunicação e colaboração interna, ou as tarefas específicas da função.



Source: International Data Corporation (IDC); McKinsey Global Institute analysis

Figura 5 - Relação entre o aumento da produtividade e o uso de redes sociais (fonte: Chui et al., 2012, p.47)

Na verdade, o uso de soluções tecnológicas, como as redes sociais, no âmbito das organizações parece surgir da necessidade de dar resposta a uma série de desafios que os novos ritmos de trabalho exigem. Referimo-nos: (1) à dispersão geográfica de colaboradores / departamentos; (2) à desarticulação das equipas que operam em diferentes países e até continentes; (3) à urgência na troca de informação impulsionada pela velocidade dos mercados; (4) à diversidade de projetos/funções que cada indivíduo suporta; e (5) à crescente quantidade de informação que cada indivíduo tem à sua disposição.

Estes desafios tornaram visível a urgência das organizações cuidarem dos seus ambientes comunicacionais, gerindo os diferentes fluxos de informação e interação, e assumindo que todos os colaboradores são também ‘gestores da comunicação’. Tendo à sua disposição diferentes meios – que lhes permitem não só aceder e consultar conteúdos, como produzir e difundir largamente as suas ideias –, os colaboradores tornam-se produtores de conteúdos e fontes de imagem/reputação. Nesta medida, a formação em matéria de comunicação humana deve ser encarada como uma competência básica para determinadas funções internas. E esta exigência torna-se mais premente quando os colaboradores assumem cargos de liderança, coordenando equipas e funcionando como agregadores e difusores da informação relativa aos projetos/funções

das suas equipas.

Neste contexto, o caminho para esbater as preocupações na gestão da comunicação acima descritas (como a disseminação geográfica e informativa, ou o *colaborador-produtor* de conteúdos) pode passar pela adoção de mecanismos que estão à disposição nas redes sociais tecnológicas, especialmente os que promovem o trabalho colaborativo em ambiente virtual. Aliás, segundo Sophia van Zyl (2009, p. 907):

“as redes sociais, que incorporam as tecnologias Web 2.0, têm a capacidade de expandir os contactos sociais, acelerar os processos de negócios, melhorar as relações com os clientes, recrutar pessoal de alto calibre e melhorar a moral, a motivação e a satisfação dos colaboradores no trabalho”⁵.

Contudo, é legítimo pensar que a tecnologia pode transformar de modo profundo a dinâmica entre as empresas e os seus colaboradores, ao criar relações mais móveis, mais ousadas e mais acessíveis (Argenti, 2006). E, com isso, novas questões devem ser equacionadas.

2.3 Impactos positivos e desafios complexos

De facto, podemos olhar as redes sociais tecnológicas como mecanismos de comunicação e relação que parecem compreender inúmeras vantagens para as organizações contemporâneas. Porém, é ainda importante referir as dificuldades associadas ao uso destas redes por parte dos públicos internos e que foram igualmente apontadas por van Zyl (2009). De forma a apresentar de modo claro este cenário, a autora explica o impacto percebido do *Social Networking 2.0* nas organizações enumerando ‘pontos positivos’ e ‘pontos negativos’ (ver **Erro! A origem da referência não foi encontrada.**):

⁵ Traduzido pelas autoras a partir do original.

Pontos positivos	Pontos negativos
Informações de contacto atualizadas, vinculadas a perfis criados pelo usuário	Potencial fonte de informação que pode ser usada em ataques de engenharia social
Identificação de especialistas, oportunidades e potenciais parceiros comerciais	<i>Spammers</i> e <i>virus-writers</i> podem configurar perfis falsos
Maior produtividade e eficiência no fluxo de trabalho	Diminuição da produtividade, porque os colaboradores passam muito tempo na rede e a publicar entradas em blogues e <i>Wikis</i>
Maior motivação dos colaboradores e sentido de comunidade, através da criação de uma reputação digital	Conteúdo gerado pelo usuário pode não ser fiável
Retenção de conhecimento organizacional e experiências, armazenados num formato totalmente pesquisável	Potencial perda de informação confidencial ou sensível
Utilização mais eficaz, adequada e eficiente das tecnologias de comunicação mediadas por computador	Desperdício de recursos, no que diz respeito à largura de banda, servidor e utilização da rede
A capacidade de influenciar a perceção da organização e/ou marcas através da melhoria das relações com o cliente, marketing viral e inovação	Danos na reputação organizacional, quer através de atos intencionais de vandalismo e desinformação, quer através de atos ou omissões negligentes

Tabela 3 - O impacto do Social Networking 2.0 nas organizações (fonte: Sophia van Zyl, 2009, p. 915)⁶

Como percebemos, há inúmeras implicações na adoção de inovações tecnológicas na teoria e na prática da Comunicação Organizacional e algumas delas representam desafios difíceis para as organizações. Referimo-nos ao uso inadequado das redes que conduz à perda de produtividade, aos riscos de quebra de confidencialidade e de espionagem industrial, ou à perda de credibilidade pela introdução de informação errónea na rede. Todas estas possibilidades são analisadas na literatura da especialidade e apresentadas como riscos reais para as empresas/instituições.

Todavia, como refletem Argenti (2006) e Corman (2006), o perigo de nada fazer também deve ser levado em conta: hoje há um menor sentimento de pertença às organizações devido à dispersão geográfica dos colaboradores e à dispersão de informação, o que dificulta a criação de uma cultura organizacional coesa e a integração plena; e o acesso fácil a canais *many to many* torna complexa a gestão centralizada da comunicação, uma vez que cada colaborador é produtor de conteúdos sobre a sua

⁶ Traduzido pelas autoras a partir do original.

organização. Neste contexto, apesar das tecnologias sociais trazerem mudanças arriscadas na relação entre as empresas e os seus colaboradores, estas podem também aproximar as pessoas e permitir uma outra gestão das relações (nomeadamente, graças às métricas de acesso às plataformas).

Ao longo dos tempos, o campo da Comunicação Organizacional tem vindo a reinventar-se e o fenómeno das novas tecnologias ditas *sociais* poderá implicar um novo passo na redefinição deste campo de estudos, em resposta aos desafios do contexto - como explica Argenti (2006):

“(...) hoje, as empresas têm menos controlo da comunicação uma vez que os vários públicos, concorrentes e públicos em geral têm maior acesso à informação e aos colaboradores a todos os níveis das empresas. A comunicação tornou-se menos estática e mais dinâmica, envolvendo muitos canais de mudança e novas capacidades” (Argenti, 2006, p. 358)⁷.

3. *Social Project Management*: redes sociais para criar colaboração

3.1 O conceito de *Social Project Management*

Ora, foi com o propósito de levar a Comunicação Organizacional a aprofundar o pensamento sobre a influência tecnológica na comunicação humana aplicada às empresas/instituições dos nossos dias, que decidimos explorar o tema do *Social Project Management* (SPM). O SPM constitui um conceito e uma abordagem ao universo organizacional com origem no campo da Gestão de Projetos, nascendo por volta de 2008.

Para o entendermos, temos que compreender primeiro o que é um *projeto* e o que é a *Gestão de Projetos*. Na verdade, um projeto é um trabalho temporário – ou seja, tem um início e fim definidos –, com um âmbito demarcado e recursos previamente delimitados com vista a atingir determinados objetivos. Os projetos definem-se ainda pela sua unicidade, uma vez que não são operações de rotina, mas denominam um conjunto específico de operações definidas para atingir um objetivo. Assim, as equipas de projeto incluem elementos que, por norma, não trabalham juntos, mas que estão alocados a diferentes departamento e que são chamados temporariamente para desempenhar tarefas especializadas. Já a Gestão de Projetos define-se como a aplicação de conhecimento, habilidades, ferramentas e técnicas para projetar atividades que permitam dar resposta

⁷ Traduzido pelas autoras a partir do original.

aos requisitos do projeto. Esta profissão foi, aliás, sendo praticada de forma informal até meados do século XX (PMI, 2013), mas está hoje institucionalizada nas empresas e nas universidades que formam os profissionais da área. Contudo, esta área de estudos e de profissionalização tem vindo a sentir a necessidade de se reinventar de forma a poder dar resposta às exigências que as organizações atualmente enfrentam.

De facto, e como argumentam Winter, Smith, Morris e Cicmil (2006), a forma tradicional de olhar o projeto - como uma sequência cronológica de etapas que contribuem para a obtenção de um conhecimento alicerçado num conjunto de procedimentos e técnicas - precisa de ser substituída por uma nova perspetiva que faça uso de conceitos e imagens centrados na interação social. Shenhar e Dvir (1996) reforçam esta ideia, definindo os projetos como 'organizações dentro de organizações', que, muitas vezes, exibem características diferentes das *organizações-mãe*, pois são entidades temporárias que só existem enquanto forem necessárias para atingir certos objetivos. Nestes contextos, torna-se então difícil desenvolver sistemas culturais e identitários próprios - fundamentais à coesão e ao trabalho em equipa - pela volatilidade dos grupos constituídos. Por isso, cada vez mais se reconhece a utilidade de criar ambientes virtuais - capazes de ultrapassar as barreiras geográficas ou as dificuldades de tempo -, onde as equipas se possam encontrar, replicando, apesar das limitações do *software*, um ambiente de proximidade geralmente característico da comunicação face-a-face (Giltenane, 2016) e facilitador de sentimentos de pertença e alinhamento organizacional.

Foi, pois, para responder a estas necessidades de promoção da interação social em grupos de trabalho temporários que emergiu a abordagem do *Social Project Management*. E, neste artigo, procuramos explorar como pode também constituir uma perspetiva inspiradora para análise da inovação tecnológica no campo da Comunicação Organizacional. Pareceu-nos que este conceito - centrado na defesa do uso das redes sociais tecnológicas como facilitadoras das dinâmicas de trabalho no contexto dos projetos - poderia ser útil para refletir sobre a pertinência da utilização dessas redes na melhoria do desempenho de todo o tipo de tarefas nas organizações. Julgamos particularmente relevante avaliar algumas das potencialidades de comunicação sugeridas pelo SPM, nomeadamente a sua capacidade de esbater barreiras à interação entre equipas, como o uso excessivo do *email* e das reuniões, ou a má gestão do

conhecimento organizacional, melhorando as relações interpessoais.

3.2 A prática de *Social Project Management*

O SPM constituiu, na verdade, uma forma de dar resposta às metodologias *ágeis* nascidas na gestão de projetos de informática (Agile). Tais metodologias defendem a rapidez na apresentação de resultados, imprimindo agilidade nos processos, incluindo de comunicação dentro da equipa ao incitar ao *feedback* permanente entre os colaboradores. O conceito de SPM assenta, pois, no pressuposto da utilidade das redes sociais como uma forma de otimizar o trabalho de gestão de projetos, facilitando o acesso à informação e a interação entre elementos, ou seja, procurando uma melhoria da comunicação em contexto de trabalho. Por outro lado, foca-se na relação entre as equipas e outros *stakeholders*, trabalhando numa lógica de interação virtual a acontecer num formalizado espaço *online*, que replica as interações humanas face-a-face (Silvius, 2016).

A aplicação desta teoria no seio das organizações é ainda recente – já que a sua implementação só se iniciou em 2012 –, pelo que só mais recentemente foi trazida para a academia, para reflexão e aprofundamento. Neste quadro, e no sentido de criar sinergias com o que já havia sido estudado sobre os *social media*, Sponselee (2016) desenvolveu uma análise comparativa entre as funcionalidades presentes nos *social media* e a sua possível aplicação à área dos projetos (Tabela 8):**Erro! A origem da referência não foi encontrada.**

Funcionalidades de Social Media	Área de aplicação
Identidade	<ol style="list-style-type: none">1. Páginas de perfil2. Recrutamento de recursos para o projeto3. Pesquisa de <i>stakeholders</i> e fornecedores
Conversação	<ol style="list-style-type: none">1. Chamadas de vídeo2. Discussões orientadas ao conteúdo3. Solicitações <i>online</i>
Partilha	<ol style="list-style-type: none">1. Conteúdo do projeto e atualizações de estado numa única localização2. Revisão de produtos e documentos3. Conhecimento da multidão
Presença	<ol style="list-style-type: none">1. Partilhar e consultar a disponibilidade e localização dos colegas

	2. Trabalho remoto, independente de horários, localizações e dispositivos
Relacionamento	1. Conhecimento dos relacionamentos 2. Criar uma relação com os stakeholders
Reputação	1. Páginas de projetos 2. Embaixadores de projetos
Grupos	1. Comunicação direcionada 2. Cooperação entre membros da equipa de projeto

Tabela 4 - Funcionalidades dos Social Media aplicadas à gestão de projetos (Sponselee, 2016, p. 29)⁸

Como podemos constatar, a possibilidade de convergência de funções e interesses é grande. As redes sociais tecnológicas, criadas para a partilha em sociedade, apresentam potencialidades relevantes para melhorar o funcionamento das *mini-sociedades* congregadas em tarefas de projetos organizacionais. E são potenciadoras de identidade/cultura, conhecimento/informação ou até de interação social informal, tão importante à vida humana e logo ao trabalho organizacional.

3.3 A comunicação no *Social Project Management*

No contexto acima descrito, o SPM surge, então, como uma solução possível para lidar com a complexidade da gestão da comunicação num projeto. O SPM propõe o uso de redes sociais tecnológicas para ajudar as equipas a trabalhar em conjunto e auxiliar os gestores de projetos a atingir o sucesso. Ou seja, alega-se que os *social media* têm a capacidade de gerar uma atmosfera propícia ao trabalho em equipa, onde todos podem participar no desenvolvimento, partilhando o seu conhecimento e contribuindo para a evolução dos projetos, mesmo que não façam diretamente parte da equipa.

Na verdade, embora a lógica do SPM parta da ação na ‘comunidade de projeto’ - que é um lugar de encontro das equipas, físico ou virtual, onde a interação acontece e o conhecimento é partilhado -, a comunicação promovida está para além dessa ‘comunidade’. De facto, a proposta é que a informação dos projetos (menos técnica e confidencial) fique disponível para toda a organização – através do acesso a *feeds* de notícias destinados a todos -, o que facilita a gestão do conhecimento e estreita a ligação

⁸ Traduzido pelas autoras a partir do original.

entre departamentos, mesmo quando geograficamente dispersos. O SPM concentra-se, assim, nas necessidades da organização como um todo, envolvendo as redes sociais tecnológicas necessárias para garantir o alcance dos objetivos de todos os projetos.

Para tal, o SPM propõe-se facilitar o acesso e a troca de informações dos projetos em tempo real, suportar a gestão interativa e incremental, melhorar a eficiência, simplificar o trabalho remoto, facilitar o *branding* do projeto e dos colaboradores envolvidos, e estimular discussões relacionadas com o conteúdo (Sponselee, 2016). Por tudo isto, acreditamos poder olhar o SPM essencialmente como uma abordagem potenciadora e facilitadora da comunicação e da interação, e nessa medida útil às organizações já que a colaboração humana constitui o fator suporte dos projetos – e “este é o facto que sustenta a promessa das ferramentas de colaboração assentes nos *social media*”⁹ (Nach, 2016, p. 3).

Mas, para além da discussão teórica, a transposição do conceito de *Social Project Management* para a prática nas organizações tem sido analisada por diversos autores, como Linky Van der Merwe (2016). Esta autora examinou várias redes sociais tecnológicas (como o *Facebook*, *LinkedIn*, *Yammer* ou *Google+*) e fez uma descrição das mesmas, demonstrando quais os mecanismos que podem ser mais úteis à gestão da comunicação em equipas de projeto. E refere, por exemplo, a agregação de assuntos por meio de *hashtags*, o uso de blogues, *wikis*, webinários ou *podcasts*, que são, neste contexto, visto como formas de melhorar a comunicação do gestor de projetos com as suas equipas ou entre elementos de equipa, na medida em que ajudam à partilha de informação.

Estas ideias, como outras acima apresentadas, levam-nos então a propor uma adequação do SPM à prática organizacional global, tomando em consideração a utilidade das redes sociais tecnológicas em diferentes aspetos da comunicação interpessoal e em equipa (ver **Erro! A origem da referência não foi encontrada.**). Nessa leitura, apresentada no quadro abaixo, procurámos tornar visível a pertinência e abrangência dos princípios do SPM para todo o trabalho organizacional:

⁹ Traduzido pelas autoras a partir do original.

Princípios do SPM	Aplicação ao trabalho organizacional global
Ter fluxos de informação facilitados	Para desenvolver fluxos de comunicação multinível
Centralizar toda a informação	Para definir gestores de comunicação
Criar comunidades	Para ajudar o trabalho em equipa
Consolidar a cultura organizacional	Para desenvolver sistemas simbólicos que apoiem a comunicação e a identidade dentro dos projetos/funções
Criar sentido de pertença	Para partilhar identidade e reconhecimento
Alinhar equipas	Para facilitar o trabalho em equipa
Envolver e motivar os <i>stakeholders</i>	Para criar parcerias
Usar conteúdo diversificado	Para informar e envolver
Simplificar o trabalho remoto	Para aproximar equipas virtuais
Disponibilizar informação em tempo real	Para suportar a qualidade da informação
Contactar <i>stakeholders</i> e distribuir recursos	Para gerir a participação dos <i>stakeholders</i>
Desenvolver solicitações <i>online</i>	Para gerir o trabalho virtual
Facilitar a troca de lições aprendidas	Para promover a partilha de conhecimento na organização
Permitir a revisão dos documentos	Para diminuir a multiplicação de documentos
Concentrar as atualizações de estado numa localização centralizada	Para gerir o fluxo de informação e as responsabilidades de comunicação
Criar páginas de projeto	Para criar autonomia do projeto/da função

Tabela 5 - Aplicação do SPM à realidade das organizações

Como é perceptível no *quadro-resumo*, muitos dos desafios colocados à comunicação na gestão de projetos ou na gestão de funções podem ser resolvidos por meio do uso adequado das ferramentas tecnológicas. Referimo-nos à gestão de equipas pelo recurso

ao ambiente virtual, à premência da partilha de informação atualizada ou à gestão da comunicação entre diferentes níveis hierárquicos. O uso das redes sociais em ambientes de trabalho parece resolver algumas das dificuldades criadas pela globalização de mercados e economias, que impõem urgência, flexibilidade e rapidez de aprendizagem nas empresas.

4. Conclusões e Desafios

A abordagem do *Social Project Management*, que exploramos, sugere que as redes sociais tecnológicas são uma forma de esbater as barreiras hierárquicas, geográficas e processuais das organizações colocando as equipas num espaço de comunicação aberto e contínuo. Nessa medida, parecem contribuir para melhorias significativas na comunicação - quer formal, quer informal - de organizações, particularmente as que apresentam maiores dimensões, que atuam em contextos multinacionais e se regem pela gestão de projetos. De facto, as características descritas tendem a dificultar os processos de comunicação e de criação de identidade.

Contudo, a criação de um espaço virtual que agregue as equipas e recrie, da forma mais próxima possível, a interação face-a-face, constitui uma proposta que parece resolver alguns problemas destas empresas. E além do mais, como podemos ver pelo que foi debatido, as melhorias na comunicação podem significar melhorias na performance dos colaboradores e, colateralmente, um aumento na sua produtividade. Isto acontece pelo mais rápido e fácil acesso à informação e pela abertura ao diálogo que estas plataformas fomentam.

A implementação da proposta do SPM poderá ainda ser concretizada de diversas formas, incluindo a criação de uma rede social interna específica para a organização (ou adaptada à organização), com a vantagem destes mecanismos estarem ajustados às necessidades de comunicação de cada contexto. Mas podem também ser adotadas ferramentas já existentes no mercado, sendo para isso fundamental um estudo aprofundado das suas potencialidades e da sua adequação ao trabalho organizacional.

O grande desafio será, no entanto, preparar e formar os colaboradores - no caso do SPM, os Gestores de Projeto - para serem *gestores da comunicação* dentro das suas equipas, capacitando-os para o uso das ferramentas, mas também para a gestão da comunicação interpessoal e das relações humanas. Podendo as ferramentas resolver grande parte dos

problemas de comunicação, é importante que se perceba que a sua génese assenta nas relações interpessoais e, para isso, é necessário que se crie um treino específico, ajustado às características de cada equipa. Porque gerir comunicação não é apenas gerir canais, é gerir a partilha de significados de modo coordenado e alinhado com os objetivos organizacionais, o que implica uma atenção particular ao processo de receção junto de todos os *stakeholders*.

Bibliografia

- Argenti, P. A. (2006). How Technology Has Influenced the Field of Corporate Communication. *Journal of Business and Technical Communication*, 20(3), 357–370. <https://doi.org/10.1177/1050651906287260>
- Chui, M., Manyika, J., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., Sarrazin, H., ... Westergren, M. (2012). *The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies*. McKinsey Global Institute. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+social+economy:+Unlocking+value+and+productivity+through+social+technologies#0>
- Corman, S. R. (2006). On Being Less Theoretical and More Technological in Organizational Communication. *Journal of Business and Technical Communication*, 20(3), 325–338. <https://doi.org/10.1177/1050651906287256>
- Giltenane, J. (2016). Investigating the Intention to Use Social Media Tools Within Virtual Project Teams. In *Strategic Integration of Social Media into Project Management Practice* (pp. 83–105). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9867-3.ch006>
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>
- Mumby, D. K. (2001). Power and Politics. In F. Jablin & L. Putnam (Eds.), *The new handbook of Organizational Communication, Advances in Theory, Research and Methods* (pp. 585–623). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nach, H. (2016). Project Management 2.0: In *Strategic Integration of Social Media into Project Management Practice* (pp. 1–15). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9867-3.ch001>
- PMI, P. M. I. (2013). *A guide to the project management body of knowledge: (PMBOK® guide)*. (P. Newtown Square, Ed.). Project Management Institute.
- Ruão, T. (2008). *A Comunicação Organizacional e os Fenómenos de Identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*. Universidade do Minho.

- Sánchez Abril, P., Levin, A., & Del Riego, A. (2012). Blurred Boundaries: Social Media Privacy and the Twenty-First-Century Employee. *American Business Law Journal*, 49(1), 63–124. <https://doi.org/10.1111/j.1744-1714.2011.01127.x>
- Santos, F. R. (1989). El concepto de red social. *Reis - Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (48), 137. <https://doi.org/10.2307/40183465>
- Shenhar, A. J., & Dvir, D. (1996). Toward a typological theory of project management. *Research Policy*, 25(4), 607–632. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00877-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00877-2)
- Silvius, G. (2016). Social Project Management? In *Strategic Integration of Social Media into Project Management Practice* (pp. 293–297). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9867-3.ch017>
- Sophia van Zyl, A. (2009). The impact of Social Networking 2.0 on organisations. *The Electronic Library*, 27(6), 906–918. <https://doi.org/10.1108/02640470911004020>
- Sponselee, M. (2016). Effects of Social Media on Project Management. In *Strategic Integration of Social Media into Project Management Practice* (pp. 16–34). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9867-3.ch002>
- Van der Merwe, L. (2016). Social Media Use within Project Teams: Practical Application of Social Media on Projects. In *Strategic Integration of Social Media into Project Management Practice* (pp. 139–159). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9867-3.ch009>
- Winter, M., Smith, C., Morris, P., & Cicmil, S. (2006). Directions for future research in project management: The main findings of a UK government-funded research network. *International Journal of Project Management*, 24(8), 638–649. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2006.08.009>

DISPUTAS DE SENTIDO NA ESFERA PÚBLICA DIGITAL: PROTESTOS NA SOCIEDADE MEDIATIZADA

ANELISA MARADEI

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, Bolsista Capes em
Doutoramento Sanduíche na Universidade Beira Interior, Covilhã, Portugal.

ane@amaradei.com.br

Resumo

O presente trabalho é norteado por discussões teóricas em torno de três importantes vertentes que, a nosso ver, são cruciais para a revolução imposta à sociedade contemporânea em termos de comunicação: a mediatização, a sociedade em rede e a nova configuração da esfera pública diante desse contexto informacional. Partimos da perspectiva de que os estudos de mediatização auxiliam a analisar os impactos das redes sociais online e da mídia em geral nas articulações, interações e movimentações dos cidadãos observadas em manifestações de protestos na esfera pública contemporânea. Vislumbramos pensar a comunicação na perspectiva das apropriações que os cidadãos têm nos sinalizado em termos, não só da tecnologia, mas de inserções na esfera pública reconfigurada da contemporaneidade. Observamos que a forma de ativismo e exercício de cidadania que caracterizam os movimentos sociais que se processam hoje são resultado da interação entre cidadãos, grupos, entidades, governos com as tecnologias de informação.

Palavras-Chave: Comunicação; esfera pública; mediatização; redes sociais; democracia.

Abstract

Mediatization studies help analyze the impacts of digital social networks and the media in general on the articulations, interactions, movements of citizens observed in demonstrations of protests in the contemporary public sphere. The analysis of mediatization suggests a fullymediated world in which politics, the environment, the family, the religion, the university, etc., can not be analyzed without regard to the presence of the media. We want to think about communication in the perspective of appropriations that citizens have signaled us in terms not only of technology but of insertions in the reconfigured public sphere of contemporaneity. We observe that the form of activism and exercise of citizenship that characterize the social movements that take place today are the result of the interaction between citizens, groups, entities with information technologies.

Keywords: Communication; Public Sphere; Mediation, Social Media, Democracy.

Introdução:

Vivemos hoje, a Revolução Informacional (Castells, 1999), um processo que vem sofrendo avanços nas últimas décadas. A internet¹ acelerou esse cenário, impactando as formas de comunicação cotidianas. Esse novo modo de comunicação permite “(...) a interação social ativa e em mão dupla entre os seres humanos, ao ensejar o aparecimento de redes sócio-técnicas participativas que transcendem a sua pura e simples interligação social, como ocorria na esfera da velha mídia” (Rüdger, 2011, p.13).

A internet é uma das mais recentes e importantes conquistas no cenário das novas tecnologias da informação, seguida pela banda larga e pela web 2.0². Não é fato novo para nenhum pesquisador ou historiador que, a cada inovação, temos uma ruptura nas relações sociais. Interessa-nos observar, especificamente, para fins do corrente artigo, essa ruptura no campo da comunicação, do ativismo político nas redes sociais online, e os consequentes efeitos para a democracia participativa.

Marshall McLuhan (1911-1980) anunciava nos anos 1960 uma revolução nas comunicações que, em seguida, contagiaria os vários porta-vozes da sociedade da informação. O autor, naquela época, preconizava o nascer de uma aldeia global, interligada através da comunicação eletrônica. Surgia, segundo ele, um novo ambiente, um cenário histórico, em que passávamos a pensar, agir e interagir de modo novo, mais livre, igualitário e expressivo. Já naquele período, um dos grandes pensadores do século XX, enxergou longe quando criou a teoria da aldeia global. Em 1969, um ano após protestos que sacudiram o mundo ele afirmou:

A política oferece as respostas de ontem para os problemas de hoje. Começa a germinar uma nova forma de “política” e, de certa maneira, nós ainda não percebemos. A sala de estar se transformou em cabine eleitoral. A participação, por intermédio da televisão, em Marchas da Liberdade, guerra, revoluções, poluição e outros acontecimentos está mudando tudo

¹ A criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular se estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural. A primeira rede de computadores, que se chamava ARPANET, entrou em funcionamento em 1º de setembro de 1969. (Castells, 1999, pp 82,83)

² O termo, que faz um trocadilho com o tipo de notação em informática que indica a versão de um software, foi popularizado pela O’Reilly Media e pela MediaLive International como denominação de uma série de conferências que tiveram início em outubro de 2004 (O’Reilly, 2005). A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo

[...] Num meio ambiente de informação elétrica, as minorias não mais podem ser contidas – ignoradas. Nosso novo ambiente compele à participação e ao engajamento.(Mcluhan, 1969, p.50-52).

Entretanto, apesar de tal afirmativa, o autor não poderia imaginar o que as tecnologias ainda nos reservariam em termos de aceleração do tempo, compressão do espaço, e avanços nas comunicações. Chegaríamos às redes sociais online, às marchas políticas organizadas pelo *Facebook*, impulsionadas pelo *Twitter* e transmitidas pelo *Youtube* ao mundo em tempo real.

Desde que surgiu, impulsionada pelos avanços tecnológicos, a mídia, de fato, tem uma função histórica ao participar da esfera pública. Trata-se de uma função imprescindível nas democracias de informar sobre acontecimentos, levando às pessoas uma gama de dados que, sem a existência desse serviço, não seria possível. Atualmente, entretanto, o compartilhamento de informações é realizado de forma relevante pelas redes sociais em momentos de movimentos políticos, transcendendo a mídia convencional e “alimentando o embate e contribuindo para a construção da memória coletiva do protesto”, como sugere Bart (2013, p. 24).

As redes sociais online trouxeram à esfera pública a possibilidade de novas formas de deliberação. Surge a possibilidade para os cidadãos, durante os movimentos de protesto, de deliberar sobre diversas demandas da sociedade e coordenar ações sem entraves institucionais. A partir das redes online, os cidadãos ganharam também o espaço urbano, uma vez que:

“o espaço institucional – o espaço constitucionalmente designado para a deliberação – está ocupado pelos interesses das elites dominantes e suas redes, os movimentos sociais precisam abrir um novo espaço público que não se limite à internet, mas se torne visível nos lugares da vida social”.(Castells, 2013, p.14,15)

A mídia de massa, desde a tipografia até a televisão, funcionava a partir de um centro emissor para uma multiplicidade receptora na periferia. Já, hoje, os novos meios de comunicação social interativos funcionam de muitos para muitos, em um espaço descentralizado. Em vez de ser enquadrado pelas mídias (jornais, revistas, emissões de rádios ou de televisão), a nova comunicação pública é polarizada por pessoas que fornecem, ao mesmo tempo, os conteúdos, a crítica, a filtragem e se organizam, elas mesmas, em redes de troca e de colaboração. Surge, assim, um novo modelo de esfera pública. Segundo Levy (2010 p,13)

Essa nova esfera pública digital não é recortada mais por territórios geográficos (os seus cortes relevantes correspondem antes às línguas, às culturas e aos centros de interesses), mas diretamente mundial. Os valores e os modos de ação trazidos pela nova esfera pública são a abertura, as relações entre pares e a colaboração.

O conceito de esfera pública vem se apresentando controverso ao longo da história. Por esfera pública, para fins de nosso trabalho, adotaremos um entendimento próximo ao de Gomes (2008, p. 39). Entendemos, assim, que “a esfera pública é tanto o âmbito em que um público busca, no raciocínio das pessoas privadas, esclarecimento e entendimento recíprocos, quanto a arena da concorrência pública das posições privadas apresentadas na forma de argumentos” (GOMES, 2008, p.39). A esfera pública é o âmbito da discussão em sociedade entre indivíduos privados. Uma instância em que pessoas livres apresentam posições discursivamente, transformando-as em argumentos, numa discussão racional.

Há, porém, diversas definições para o conceito de esfera pública e não temos, evidentemente, a pretensão de nos aprofundar na questão. Entretanto, como registro, trazemos algumas clássicas interpretações. Para Habermas (2014, p.21), “a esfera pública [...] busca a racionalização do poder político, procurando estabelecer novas bases de legitimação para sua origem e seu exercício: o consentimento racional entre pessoas autônomas, livres e iguais”. Para Hannah Arendt (1959, p.52), a esfera pública é o “mundo comum” que “nos reúne e, assim, evita que caiamos uns sobre os outros”.

Fuchs (2015, p.12) aponta que a esfera pública/sociedade civil³ seria um espaço que “conectaria a cultura, a economia e a política e, assim, criaria sobreposições entre a esfera pública e estes âmbitos: a esfera sociopolítica, a esfera socioeconômica e a esfera sociocultural”. Como se a sociedade pudesse ser entendida pela composição de esferas diferentes e conectadas: a economia é a esfera da produção do valor de uso; a política é a esfera na qual as decisões coletivas são tomadas e a cultura é a esfera na qual os significados sociais e os valores morais são criados (Fuchs, 2008).

O conceito vem ganhando novas interpretações e o próprio Habermas, escritor clássico, autor da emblemática obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (1962-2014) revitalizou suas concepções apresentadas na obra. Ele passou a tecer, com o passar do tempo, considerações menos críticas quanto à resistência da estrutura e

³ O autor utiliza esfera pública e sociedade civil como sinônimos.

função democrática da esfera pública em um contexto social permeado pelos meios de comunicação.

Assim, aquilo que Habermas (2014) caracterizou como a esfera pública burguesa – o espaço social onde se fazia a disputa hegemônica ideológica – é hoje um local ocupado pela televisão, rádio e internet, e especialmente pelas redes sociais online. Pensando nos movimentos de protesto que têm ocorrido recentemente no Brasil e em outras partes do mundo, ou seja, grandes mobilizações em prol da democracia, de direitos dos cidadãos, observamos que antes havia uma forte dependência da imprensa para divulgar diversas causas, ainda que existissem algumas oportunidades em poucos canais da imprensa alternativa. Agora, percebemos novas formas de se realizar conexões durante esses movimentos de protesto.

Entretanto, ainda que consideremos a mídia e as redes sociais importantes canais para a articulação de protestos, temos a consciência de que a tecnologia somente favorece as mobilizações se seu uso for atrelado à luta social mais ampla, ligada à organização popular, a movimentos sociais extra ciberespaço. Mas, como reforça Peruzzo (2013, p.83), uma coisa podemos admitir com os exemplos dos últimos dez anos: “O poder de gerar efeito viral, ou de multiplicação da repercussão e da adesão, é inegável” no contexto das redes sociais digitais.

Desafios e Oportunidades na Esfera Pública Digital

Por mais que alguns autores alertem para questões críticas concernentes ao uso da internet, poucos são os cidadãos na atualidade que abririam mão de tê-la em suas vidas. Esse movimento, que dá voz ao cidadão, traz ganhos para a sociedade, especialmente se pensarmos que, independente da forma e do sistema de governo, uma democracia só poderá assim ser considerada se na esfera pública os diversos interesses puderem se manifestar, se houver liberdade de expressão e diferentes pontos de vista para a composição de um debate legítimo na esfera política.

Sem direito à voz pública, direito de falar e ser ouvido, não há cidadão livre, não se estabelece o princípio da soberania popular sem opinião pública democrática. Assim, neste novo contexto, como sustenta Lemos (2014, p.8), “A internet e a tecnologia são elementos que catapultaram a ideia de rede para o centro da esfera pública”. Na mesma perspectiva, Primo argumenta:

A rigor, não há como deixar de reconhecer a importância política da liberdade de expressão promovida pelas interfaces fáceis e baratas (ou gratuitas) dos meios digitais. Nem tampouco pode-se ignorar a força dos movimentos espontâneos em rede, cujos efeitos antes não eram possíveis em uma sociedade caracterizada pela mídia de massa. As próprias práticas de ciberativismo comprovam a força dos meios digitais para a articulação, mobilização e ações políticas (Primo, 2013, p.17).

Como bem pondera o autor, não apenas os movimentos sociais souberam utilizar as novas mídias para fins comunitários, comunicacionais e de resistência, como também o mercado se apropriou de suas potencialidades. As grandes empresas jornalísticas adotaram em suas práticas seu potencial para a realização de um jornalismo participativo. A colaboração em redes sociais na internet pode servir à ação política ou a sofisticadas estratégias de marketing viral de algum refrigerante ou telemóvel no *Twitter*. Ambas baseiam-se na circulação cooperada de informações.

Mas, o fato é que se nota que as reconfigurações de espaço e do tempo fizeram com que alguns obstáculos fossem removidos para a participação política. Agora, podemos ter referências de acontecimentos políticos de outros espaços, de outros países, que podem gerar aprendizados para nossas práticas locais. A troca de ideias com cidadãos de outras nações também passou a ser possível, além de haver um ativismo global em torno de questões políticas relevantes que estejam além das fronteiras de um estado-nação. Os cidadãos tornam-se capazes de agir e interagir à distância. São novas maneiras de usar o espaço e o tempo para seus próprios fins, ou seja, ao alterar as condições espaço temporais da comunicação, o uso dos meios técnicos também altera as condições de espaço e de tempo sob as quais os cidadãos exercem o poder.

As mensagens podem ser retransmitidas para outros contextos, instantaneamente, transformadas através de um processo contínuo de repetição, reinterpretação, comentário, sátira e crítica. Como sustenta Thompson, os meios técnicos amplificariam a conversação e a fala adquiriu, assim, uma disponibilidade maior no espaço e no tempo, podendo também ser repetida, ou lida “por indivíduos situados em outros contextos, diferentes tanto no tempo quanto no espaço do contexto original de sua produção” (Thompson, 2014, p.49).

Grupos organizados, movimentos sociais e organizações não governamentais possuem agora também maior possibilidade de instaurar agendas públicas de discussão

de suas necessidades. Se pensarmos, como sugere Matos (2008, p.12), que: “A democratização de uma dada sociedade, ou o seu desenvolvimento democrático, pode ser entendida como constituída pela ocupação de novos espaços políticos e sociais por novos grupos e por seus valores/ideias”, estaríamos, assim, vendo emergir novas oportunidades.

Na mesma perspectiva, Avitser (2014) aponta: “A democracia participativa precisa de uma democratização midiática” (Avritzer, 2014, p.84), o que, em certa medida, é propiciado pelas redes sociais online e pela internet. Para Avritzer (2014, p 66): “Não existe uma esfera pública democrática com um único emissor de mensagens ou um emissor dominante de mensagem”.

Infelizmente, há no Brasil, na atualidade, pouca pluralidade midiática (pensando em termos de mídia de massa: TV, rádio, jornais), tendo em vista o domínio dos veículos de comunicação por poucos e representativos grupos privados, em decorrência das políticas que vem sendo praticadas pelo Estado nos últimos anos. Sabemos que só se forma uma opinião pública democrática se tivermos diversos emissores de mensagens e debates dessas mensagens.

Se há pontos favoráveis nesse novo contexto, em contrapartida, temos que pensar que quem não se organiza em torno da mídia vai ficando excluído dos processos reivindicatórios (Downing, 2001). E, nesse sentido, não podemos deixar de registrar que o número de brasileiros com acesso à internet ainda está distante de uma totalidade que possa nos permitir uma inclusão digital plena dos cidadãos. Isso não é uma realidade só brasileira, mas ocorre em muitos países subdesenvolvidos, ou mesmo com políticas de controle de liberdade de expressão. O número de acessos à internet em alguns países está distante de ser satisfatório.

No Brasil, a internet já chega a mais da metade dos lares, segundo dados oficiais mais recentes divulgados pelo Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad 2015). Segundo a Pnad, a quantidade de brasileiros com acesso à internet cresceu 7,1% em 2015, em relação a 2014⁴. A pesquisa apontou que o País já conta com 102 milhões de

⁴ Brasil atinge a marca de 102 milhões de internautas com crescimento dos acessos móveis. CIO.com. 25 nov 2016, Disponível em:< <http://cio.com.br/tecnologia/2016/11/25/brasil-atinge-a-marca-de-102-milhoes-de-internautas-com-crescimento-dos-acesso-moveis/>>. Acesso em 30 mai 2017.

internautas.

Embora estejamos falando de mais de 50% da população, e que esteja havendo um crescimento, temos que considerar que há muito a avançar nesse contexto. Muitos ainda estão de fora do debate permitido pela rede. Mas, felizmente, esse número tende a crescer, pelo que temos observado nos últimos anos, especialmente pela conectividade proporcionada pelas tecnologias móveis.

Além dos problemas relativos ao uso e movimentações na rede, temos os relativos à apatia dos eleitores, ao desinteresse público na vida política, uma informação política que muitas vezes chega ao cidadão distorcida ou excessivamente dependente dos meios de massa. Como pondera Gomes (2005), ainda nos falta cultura política, “sendo cultura entendida aqui como mentalidades, valores, convicções e representações compartilhadas”. Faltaria aos cidadãos, dentro dessa perspectiva, cultura política nas democracias contemporâneas, sentido de efetividade das práticas políticas civis.

Não resta dúvida que a internet pode fazer muito pela política e pela democracia, mas temos que ponderar questões relevantes para não cairmos em um otimismo exacerbado em relação à tecnologia. Temos que atentar para o fato de que, como afirma Gomes, 2005, p.70 “... a maior parte da informação política tem como fonte indivíduos privados com interesse político”. Assim, o cidadão comum precisa estar preparado para distinguir, num volume imenso de informações que estão disponíveis na rede, aquela confiável e relevante da distorcida e falsa.

Desigualdades do ponto de vista econômico e na posse de habilidades educacionais básicas, diferenças de níveis de posse de capital cultural, diferenças na distribuição de competências técnicas são alguns dos desafios a serem transpostos por essa nova ambiência. Ainda assim, percebemos que hoje, as redes online, da forma como estão estruturadas, permitem maior participação dos atores sociais.

Como propõe Avritzer (2014, p.65), “Os últimos desenvolvimentos tecnológicos talvez sejam mais democráticos do que os primeiros”. Ou seja, talvez a internet nos abra caminhos que a televisão não tenha conseguido no campo da deliberação pública. As redes sociais online dão às pessoas a possibilidade de comentar conteúdos da mídia, criar novos temas de debate, sobrepor perspectivas e

participar do processo de produção da informação.

A internet abre espaço para a inclusão de grupos diferenciados na esfera pública. As redes digitais possibilitam a inclusão de discursos heterogêneos, de modo que os interesses coletivos podem ser expressos mesclando-se a discursos hegemônicos, como os estabelecidos pelos grandes grupos de comunicação, estabelecendo-se espaços de disputa de sentido. A opinião pública se torna, assim, mais plural, mediante a inclusão de diversos atores sociais no cenário de debate, ainda que haja uma forte disputa de sentidos com consagrados meios de massa.

Na perspectiva de Lévy (2010), no que diz respeito aos efeitos sobre as democracias, essa transformação da esfera pública afeta positivamente quatro domínios estritamente interdependentes: a capacidade de aquisição de informação (na medida em que temos muito mais facilidade de levantar dados, obter documentos, ler notícias virtualmente, assistir e debater pela internet); capacidade de expressão (considerando que amplia-se a pluralidade de canais para nos comunicarmos, bem como que as ferramentas digitais facilitam o acesso à manipulação e formatação das mensagens); de associação (as redes sociais digitais são excelentes oportunidades para organização, por exemplo, dos movimentos de protesto) e de deliberação dos cidadãos.

De qualquer forma, estamos no mundo da internet, a política está inserida nesse mundo, os movimentos de protesto se articulam nesse mundo e a esfera pública digital é um fato a ser observado. Como pondera Castells (2013), “Não se trata de uma escolha. A gente não pode decidir se a internet é boa ou má como não podemos decidir se queremos estar no mundo da eletricidade ou não. É a nossa realidade”.

4. Impactos da Mídia na Esfera Pública

As pesquisas sobre os efeitos da mídia no público tem passado por evoluções. Atualmente, têm abordado efeitos persuasivos mais sutis, respeitando a capacidade do receptor e considerando aspectos como mediações e midiatização. Dentro da perspectiva proposta por autores como Thompson (2014), Silverstone (2002), Hjarvard (2012), Barbero (1997, 2009), entre outros, a mídia não mais determinaria o que as pessoas pensam de uma maneira que exclui a autonomia dos sujeitos.

Há muitas outras implicações no processo comunicacional, fatores sociais e culturais. O próprio Habermas revitalizou suas concepções e admitiu a capacidade de

resistência do público, dos atores sociais questionarem o poder da própria mídia, percebendo, a partir de meados dos anos 90, que estamos diante de um quadro que requer muito mais do que olhar para a mídia como forma de consumo de mídia ou racionalização da cultura.

Barbero (2009), por exemplo, propõe pensar a comunicação a partir “da cultura, das culturas, da nossa própria vida social e cultural”. Dessa forma, quando pensamos no impacto da tecnologia, dos meios, estamos alinhados com a perspectiva desse célebre autor no sentido de que o que estamos nomeando “não é somente uma coisa, mas um ‘âmbito’ extremamente potente, tanto de linguagens como de ações, tanto de dinâmicas sociais, políticas e culturais, quanto de interrogações sobre o que significa ‘o social’ hoje” (Martin-Barbero, 2009, p.148). Ainda há, como sustenta o autor, uma perspectiva instrumental – à direita e à esquerda – para falar das novas tecnologias e nos distanciamos de tais pensamentos.

Além de não nos aprisionarmos a determinismos tecnológicos, percorremos um caminho que propõe, assim como Thompson (2014, p.67), que: “Mesmo que os indivíduos tenham pequeno ou quase nenhum controle sobre os conteúdos das matérias simbólicas que lhes são oferecidas, eles os podem usar, trabalhar e reelaborar de maneiras totalmente alheias às intenções ou aos objetivos dos produtores”. Além disso, a recepção é uma atividade situada (THOMPSON, 2014), ou seja, os produtos da mídia são recebidos na esfera pública digital por indivíduos que estão sempre situados em específicos contextos sociais e históricos.

Seria muito superficial pressupor, por exemplo, que o trabalhador que sofre com os altos impostos sem a contrapartida de uma boa educação ou segurança pública; que amarga preços abusivos de passagens de transporte no dia a dia, se espreme em condições desumanas nesses serviços em alguns grandes centros urbanos; que morre na porta dos hospitais; ou seja, que vive em seu cotidiano questões cruciais de sua existência não se permitisse reelaborar o que lhe é imposto pela mídia.

É fato, entretanto, que a atividade de recepção depende também do poder e dos recursos disponíveis aos receptores em potencial e, assim, “o sentido que os indivíduos dão aos produtos da mídia varia de acordo com a formação e as condições sociais de cada um, de tal maneira que a mesma mensagem pode ser entendida de várias maneiras em diferentes contextos” (Thompson, 2014, p.66).

Além de respeitar a capacidade do indivíduo no processo comunicacional, de não nos curvamos a uma supremacia da tecnologia em detrimento total do humano - ainda que atentos às múltiplas interferências por ela impostas, ressaltamos a importância das mediações nos processos de comunicação da atualidade. Como bem pondera Silverstone (2002), necessitamos compreender o processo de mediação, como surgem os significados, onde e com que consequências:

Precisamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, em que é distorcido pela tecnologia ou de propósito. Precisamos compreender sua política: sua vulnerabilidade ao exercício do poder; sua dependência do trabalho de instituições e de indivíduos; e seu próprio poder de persuadir e de reclamar atenção e resposta. (SILVERSTONE, 2002, p.43)

Para Hepp (2014), a mediação é adequada para descrever as características gerais de qualquer processo de comunicação de mídia. Na visão do autor, Martín-Barbero usa o termo “para enfatizar que a comunicação (midiática) é um ponto de encontro de forças bastante diversas de conflito e integração” (Martin-Barbero, apud Hepp, 2014, p.46). Silverstone (2002), por sua vez descreve a mediação como sendo um movimento de significado de um texto a outro, de um discurso a outro, de um evento a outro. Silverstone vê a mediação como um processo muito mais amplo, no qual nos engajariamos contínua e infinitamente com os significados da mídia.

De qualquer forma, o que se percebe nas ponderações de Barbero é que, mais uma vez, ao assumir o comunicativo como protagonista em nossa sociedade contemporânea, ele o faz de forma a contemplar não a tecnologia, mas os processos sociais. Silverstone (2005), na mesma perspectiva, enfatiza uma dependência global, afirmando que a política, assim como a experiência da vida cotidiana, não pode ser mais pensada fora de um quadro midiático.

Barbero (1997), aliás, que um dia propôs deslocar o foco da comunicação dos “meios para as mediações”, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais, recentemente, deu um novo passo. Propôs, em revisão teórica (Martin-Barbero, 2009), a passagem do modelo das mediações culturais da comunicação para o das mediações comunicativas da cultura:

[...] Inverto meu primeiro mapa e proponho as ‘mediações comunicativas da cultura’, que são a ‘tecnicidade’, a ‘institucionalidade’ crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural[...] (Martin-Barbero, 2009, p.151).

O autor reconheceu, à época, que a comunicação se ‘adensava’ diante de nova tecnicidade. Era, segundo ele, a “institucionalidade” da tecnicidade. “Preferi então falar de ‘mediações comunicativas da cultura’, e quando digo da cultura não falo somente de seus produtos, mas digo da sociedade, da política”, aponta (Martin-Barbero, 2009, p.153).

O foco da análise estaria, assim, na integração em processos diversos e contextos específicos. A visão que adotamos diante dos processos comunicacionais da atualidade é muito próxima à de Barbero, que também é compartilhada pelo brasileiro Braga (2012). Para Braga,

“Com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação dos modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade” (Braga, 2012, p.35). O autor também entende que os processos comunicacionais não decorrem simplesmente da invenção tecnológica, mas há um componente social no processo. Essas práticas, esses processos, tornam-se objeto possível para investigação por produzirem ação interacional.

Temos buscado, assim, encontrar algumas respostas para analisar a relação comunicação e política, comunicação e sociedade, tendo o entendimento que a midiatização “implica uma transformação das formas tradicionais de sociabilidade” (Sodré, 2002, p.27). Entendemos que não podemos pensar em observar a esfera pública contemporânea, não podemos atentar para os significados dos movimentos sociais que estão se estruturando pelo Brasil e pelo mundo, sem pensarmos na problematização da midiatização, que se tornou nos últimos anos um termo emergente no meio acadêmico.

Autores como Martín-Barbero (2009), Hjarvard (2008, 2012,2013, 2014), Braga (2006), Verón (2014), Sodré (2002) Rudger (2015), entre outros, têm refletido sobre o tema para demonstrar que a mídia é um elemento estruturante da vida social contemporânea. O conceito de midiatização, entretanto, ainda é, um pouco difuso. Um dos mais frequentes erros que se incorre está no tocante à diferenciação entre mediação e midiatização.

Hjarvard (2014) distingue mediação de midiaticização sob a seguinte perspectiva: “A midiaticização diz respeito às transformações estruturais de longa duração na relação entre a mídia e outras esferas sociais. Em contraste à mediação, que lida com o uso da mídia para práticas comunicativas específicas em interação situada, a midiaticização preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais”. (Hjarvard, 2014, p.24)

Para Braga, como os meios, antes da percepção dos processos midiaticizados, apareciam de modo preocupante como produtores de efeitos não controláveis pela sociedade, “as mediações se põem, praxiologicamente, como espaço da ação de resistência” (Braga, 2012, p.33). Ao tratar da midiaticização, o autor deixa claro que não se trata de circunscrever o termo à indústria cultural e nem às inovações tecnológicas disponíveis, mas verificar que, “com a midiaticização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade”. (Braga, 2013, p.35).

Há, também em relação ao surgimento do fenômeno da midiaticização, divergências no campo teórico. Verón (2014, p.115, tradução nossa), acredita que “a midiaticização não concerne somente ao ‘estado atual da sociedade’, tendo em vista que é um processo que acompanha a evolução do sapiens desde o surgimento das indústrias líticas”. Hjarvard (2008), por sua vez, não compartilha do pensamento de Verón. Para ele, a midiaticização é um processo da modernidade tardia. Para este autor, não se trata de um processo que caracterizaria todas as sociedades, mas a midiaticização, na sua visão, “É primeiramente um desenvolvimento que se acelerou particularmente nos últimos anos do século XX, em sociedades modernas, altamente industrializadas e predominantemente ocidentais [...] (Hjarvard, 2008, p.113). Para Hjarvard (2013), trata-se de um processo pelo qual a cultura e a sociedade se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica.

Dentro da perspectiva do referido autor, também a política e, conseqüentemente os movimentos sociais de protesto, teriam que ser estudados à luz de uma visão que contemple o avanço da mídia, na medida em que os processos comunicacionais passaram a intervir e transformar as instituições: executivo, legislativo, judiciário, imprensa, partidos políticos, etc. Para ele: “A midiaticização é um processo de dupla face no qual a mídia se transformou em uma instituição semi-

independente na sociedade à qual outras instituições têm que se adaptar” (Hjarvard, 2012, p. 53.).

Por essa perspectiva, a sociedade está sendo midiaticizada, na medida em que suas várias atividades, por exemplo a política, passaram a depender de meios técnicos que, ao mesmo tempo, lhe determinam e influem no desenvolvimento. As ações sociais, assim como os movimentos de protesto social e político, estariam, com o auxílio dos dispositivos eletrônicos e digitais de comunicação, assumindo novas dinâmicas.

Mas, Hepp, por exemplo, deixa claro em suas ponderações que, se por um lado a mídia pode exercer influência em uma variedade de domínios institucionais, os resultados dessa influência são variados devido à intersecção da mídia com outras lógicas. O autor sugere que a noção de midiaticização é um reconhecimento do “transbordante poder da mídia” por diferentes campos, mas isso “não resulta em uma homologia desses campos: em vez disso, é transformado pela ‘inércia’ das instituições dentro de cada campo contextualizado” (Hepp apud Hjarvard, 2014, p.27).

Ao contrário do que preconizam alguns críticos ao modelo institucional de midiaticização, como Rudger (2015), as instituições não são a camisa de força da sociedade, limitando o indivíduo a se comportar de maneiras particulares e afirmativas (Hjarcard, 2014). Haveria, assim, liberdade para agir fora dos ditames da imprensa enquanto instituição. “As instituições podem permitir e limitar o indivíduo a reproduzir a ordem social existente, mas elas também podem ser o meio pelo qual as regras alternativas e a distribuição de recursos ocorrem” (Hjarvard, 2014, p.29).

Dentro dessa proposta, haveria na esfera pública, segundo Braga (2006, p. 220), um “sistema de interação social sobre a mídia”, um “sistema de resposta social”. Para o autor: “A sociedade dispõe de processos de enfrentamento que, por sua pluralidade mesmo, por pouco que haja acesso a essa diversidade, seriam estimuladores de reflexão e aprendizagem”. (BRAGA, 2006).

5. Considerações Finais

Os estudos de midiatização auxiliam a analisar os impactos das redes sociais digitais e da mídia em geral nas articulações, interações, movimentações dos cidadãos observadas em manifestações de protestos na esfera pública contemporânea. A análise da midiatização sugere um mundo inteiramente mediado em que não é possível analisar a política, o meio-ambiente, a família, a religião, a universidade, etc, sem levar em conta a presença da mídia.

Vislumbramos pensar a comunicação na perspectiva das apropriações que os cidadãos têm nos sinalizado em termos não só da tecnologia, mas de inserções na esfera pública reconfigurada da contemporaneidade. Especialmente a forma como se comportam a mídia tradicional, os grandes jornais, os grandes conglomerados de TV, que têm seus discursos atravessados por novas e importantes demandas. Ou seja, pela reconfiguração e pelos processos de interpretação dos sentidos que se dão nas ruas, ou pela apropriação dos sentidos que foram estabelecidos nas redes sociais online, os movimentos de protesto têm ganhado força.

A forma de ativismo e exercício de cidadania que caracterizam os movimentos sociais que se processam hoje são resultado da interação entre cidadãos, grupos, entidades com as tecnologias de informação. Os objetivos, definições, a disseminação dos movimentos e suas implementações não são mais resultado de um processo unidirecional, mas se estabelecem de forma interativa, nas redes sociais digitais. Nesses espaços se formam conversações para organização dos movimentos, arrecadação de verba, abaixo assinados, direcionamento dos grupos durante os protestos (orientações se devem passar por essa ou aquela rua, pedido de abertura de sinal de rede *wifi*, aviso da movimentação de policiais, direcionamentos estratégicos durante as manifestações públicas etc).

Referências Bibliográficas:

Arendt, Hannah (1959). *The human condition*. (2a. ed.). Chicago: The University of Chicago Press.

Avritzer, Leonardo (2014). Democracia Participativa, esfera pública e opinião pública democrática. In: Lima, Venício A. de; Guimarães, Juarez; Amorim, Ana Paola (orgs.). *Em defesa de uma opinião pública: conceitos, entraves e desafios* (pp 59-85). São Paulo : Paulus.

Bart, Cammaerts (2013). Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação. *Revista Matrizes*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo. Ano 7, n ° 2, (jul/dez), pp. 13-36.

Braga, José Luiz (2006). *A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus.

Braga, José Luiz (2012). Circuitos versus campos sociais. In: Jeder Janotti Junior, Maria Ângela Mattos, Nilda Jacks (orgs), *Mediação & Mdiatização*. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, pp. 31,52.

Brasil atinge a marca de 102 milhões de internautas com crescimento dos acessos móveis. CIO.com. 25 nov 2016, Disponível em:< <http://cio.com.br/tecnologia/2016/11/25/brasil-atinge-a-marca-de-102-milhoes-de-internautas-com-crescimento-dos-acesso-moveis/>>. Acesso em 30 mai 2017.

Castells, Manuel (1999). *A era da informação*. São Paulo: Paz & Terra.

Castells, Manuel (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar.

Di Felice, Massimo; Lemos, Ronaldo (2014). *A vida em rede*. Campinas, SP: Papyrus.

Downing, John D.H (2001). *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac.

Fuchs, Christian. *Internet and Society. Social Theory in the Information Age*. New York. Routledge, 2008.

Fuchs, Christian (2015). Mídias sociais e a esfera pública. In: *Revista Contracampo*, v. 34, n. 3, pp: 5-80, Niterói: Contracampo.

Gomes, Wilson (2005). Internet e participação política em sociedade democrática. Revista Famecos, Porto Alegre, PUC-RS, n.27, p.58-78.

Gomes, Wilson; MAIA, Rousiley, C. M (2008). Comunicação e democracia: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus.

Habermas, Jürgen (2014). Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Tradução Denilson Luís Werle. São Paulo. Editora Unesp.

Hepp, Andreas (2014). As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. Revista Matrizes. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo. v. 8, n. 1, jan./jun. pp. 45-64.

Hjarvard, Stig (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. Nordicom Review, vol. 29, n. 2, p.p, 105-134.

Hjarvard, Stig (2012). Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. Revista Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, Ano 5 – nº 2 jan./jun. p. 54.

Hjarvard, Stig (2013). The Mediatization of Culture and Society. London: Routledge,

Hjarvard, Stig (2014). Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. Revista Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, v.8, n.1, jan./jul. pp. 21-44.

Lemos, André; LÉVY, Pierre (2010). O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus.

McLuhan, Marshall; Fiore, Quentin (1969). O meio são as mensagens, pp.50-52. Rio de Janeiro: Record.

Martin-Barbero, Jesús (1997). Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

Martin-Barbero, Jesús (2009). Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. Matrizes, São Paulo, v.2, pp.143-162.

Matos, Carolina (2008). Jornalismo e Política Democrática no Brasil. São Paulo: Publifolha.

O'Reilly, Tim (2005). *What is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly Publishing.

Peruzzo, Cecília Marila Kroling. *Movimentos Sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”*. *Revista Matrizes*, ano 7, n.2, pp 73-93.

Primo, Alex (2013). *Interações em rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013b. (Coleção: Cibercultura).

Rüdger, Francisco Ricardo de Macedo (2011). *As Teorias da Cibercultura: perspectivas, questões e autores*. Porto Alegre: Sulina.

Rüdger, Francisco (2015). *Os estudos de mídia e a problemática epistemológica da teoria da mediação: uma nova escolástica?* *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, n.34, p.745-769.

SEEKR. <<https://seekr.com.br/>>. Acesso em 10 abr 2017.

Silverstone, Roger (1999-2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola..

Silverstone, Roger (2005) . *Mediation and Communication*. In: CCALHOUN, C.; ROJEK, C., et al. 9Ed.). *The International Journal Handbook of Sociology*. London: Sage.

Sodré, Muniz (2002) . *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

Thompson, John B. (2014). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. 15ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

Verón, Eliseo (2014). *Teoria da mediação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências*. *Revista Matrizes*, *Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, v.8, n 1.

REDES SOCIAIS: O SUJEITO E AS NOVAS COMPETÊNCIAS

MARILDA FRANCO DE MOURA

Centro Universitário Estácio

Centro Universitário Barão de Mauá

marildafmv@gmail.com

RESUMO

Cada vez mais a busca pela informação é um desafio para quem pretende atingir um nível de profissionalismo. A rede social oferece possibilidades múltiplas para os sujeitos que mergulham nesse oceano em busca de informação. Sua materialidade inclui relações pessoais e interpessoais em um lugar-tempo-espaço. As relações que os sujeitos estabelecem e mantêm irão estruturar a competência desses na esfera social. Com essa materialidade, surgem diferentes sujeitos ligados a uma intenção e uma expectativa de atingir práticas educacionais satisfatórias, quando não excelentes para os seus estudos científicos. A pesquisa, ancorada na teoria do discurso, tem como ferramenta principal os sujeitos que se ocupam dessa busca. Assim, busca-se examinar as práticas de utilização de redes sociais em projetos de intervenção social e organizacional e educacional. Como a relação professor-aluno constrói também novos sentidos? A discussão sobre as redes sociais pode beneficiar e influenciar nos campos da antropologia, sociologia, política, psicologia, matemática, etc. Quais as competências dos sujeitos na prática de utilização de redes sociais? Práticas essas que ultrapassam as fronteiras nacionais e se fazem presentes em um fazer pedagógico mundializado.

Palavras-chave: Redes sociais. Intervenção social. Informação. Competência.

Introdução

“Sempre que os homens sentiram a necessidade de conservar os instantes que a história comporta, a escrita se fez lei. Em todos os tempos, o homem que soube escrever foi rei.” (JEAN, 1998)

A discussão sobre “Redes sociais: os sujeitos e as novas competências” tem, nesses últimos anos, levado inúmeros pesquisadores a se debruçarem em torno de um conceito coerente sobre novos modos de ensinar. Neste sentido, este artigo é apenas mais uma das inúmeras contribuições a tais estudos.

A educação é um fenômeno complexo, porque histórico, produto do trabalho de seres humanos, e, como tal, responde às mudanças e aos desafios em diferentes cenários, contextos políticos e sociais. Nos últimos anos do século XX, surge uma nova maneira das pessoas se comunicarem. O cenário atual é de transformações, causadas pela informatização e automação de inúmeras atividades, surgimento de novas formas de estabelecimento de contato e circulação de informações, as correspondências pessoais - antigas missivas manuscritas - e os textos oficiais e comerciais – datilografados – foram substituídos pelas correspondências virtuais.

Novas demandas educacionais e revisões nos métodos pedagógicos pululam diante das transformações contemporâneas e urge a necessidade de se pensar a inserção das mediações das redes sociais nas práticas de ensino.

Essa pesquisa considera a necessidade de se buscar, por meio da tecnologia e rede social, uma metodologia de ensino que vá além da sala de aula. Um espaço virtual, com diferentes gêneros textuais e linguagens, por exemplo, sites informativos, textos históricos, geográficos, bíblicos, políticos, musicais ou publicitários. Em todos os textos, há um olhar analítico diversificado, semântico e sintático, mas esse olhar não pressupõe a obrigatoriedade de uma disposição linear e ordenada de sentidos, pois se norteia pelo paralelismo dos *hiperlinks e hipertextos*. Este refere-se a um tipo de texto eletrônico no qual a escrita não é sequencial, permite que o leitor leia por meio de uma tela de computador. Trata-se, na verdade, de uma série de blocos de textos interligados por nós, formando diferentes itinerários para o usuário.

De que modo a tecnologia e a rede social podem ser pedagógicas nesse processo? Quais são as facilidades e dificuldades geradas por meio da ferramenta tecnológica, amplamente incorporada na vida cotidiana? A educação, por meio da tecnologia, não pode correr o risco de se afastar dos objetivos iniciais, promover uma aproximação com a informação, na medida em que se converte no fetiche do sistema.

É desafio, então, do educador que o sistema educacional projete o aluno para essa sociedade atual que vivencia um amplo processo de transformação no que diz respeito à intensificação do acesso à comunicação, informação e automação.

Tema este que se vincula nas instituições privadas em forma de *slogan*.

Enquanto prática histórica, a educação anseia pelo desafio de investir na diversidade e contextualização de conhecimentos, ganhando, assim, espaço na competitividade. Essas reflexões trazem à tona o fato de que a *internet* tem sido apontada como um caminho para ampliarmos o conhecimento. Ela é vista como sendo uma mídia mais democrática, embora ignorada nas propostas de atividades contempladas nos livros didáticos. De fato, a *internet* pode favorecer as práticas didáticas nas aulas de língua e facilitar a aprendizagem, já que permite a circulação de diversos gêneros digitais e de vozes dos diferentes grupos nas redes sociais.

A rede social pode romper fronteiras e facilitar a participação de indivíduos em grupos, nas trocas interativas e no acesso à gêneros digitais oferecidos *online*, tais como inserção às comunidades de interesse, à informação em geral, busca por notícias, imagens visuais, produtos e outras oportunidades. Além disso, a rede social pode ser um instrumento cultural dos internautas.

Os parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) reconhecem que:

A globalização econômica, ao promover o rompimento de fronteiras, muda a geografia e provoca, de forma acelerada, a transferência de conhecimentos, tecnologias, além de realocar as questões da sociabilidade humana em espaços cada vez mais amplos. A revolução tecnológica, por sua vez, cria novas formas de sociabilização, processos de produção e, até mesmo, novas definições de identidade individual e coletiva.

Considerando essa realidade e as suas potencialidades, a educação precisa investir em novos desafios, para garantir aos alunos o desenvolvimento de um conjunto de competências, colocadas como fundamentais para o Ensino.

Quais seriam esses desafios hoje? Pelo menos dois: o da sociedade da tecnologia por meio dos signos e comunicação bidirecional e o da sociedade do conhecimento independente, na qual os saberes são transitórios e há necessidade de estarmos constantemente aprendendo, construindo novos saberes e novas competências, que podem, assim, ser definidas:

(...) capacidade de abstração, do desenvolvimento do pensamento crítico, da criatividade, da curiosidade, da capacidade de pensar múltiplas alternativas para a solução de um problema, ou seja, do desenvolvimento do pensamento divergente, da capacidade de trabalhar em equipe, da disposição para procurar e aceitar críticas, da disposição para o risco, do saber comunicar-se, da capacidade de buscar conhecimento.

Enquadrada no pensamento estratégico, a educação deixa de ser concebida como transferência de informações e passa a ser norteada pela contextualização de se experienciar novas formas de construção, difusão do conhecimento e pensamento crítico. Pierre Levy (1999), ao falar da singularidade dos processos de aquisição e produção do conhecimento da atualidade, defende que devemos construir novos modelos de espaço de conhecimento. Preferir a imagem de espaços emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se organizando de acordo com os objetivos ou contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva.

Um conhecimento que se reexamina, se reprograma e se reconstrói por meio

de “Aprendizado rizomático”. Uma bela metáfora moderna para uma ideia antiga. Teoria filosófica de Gilles Deleuze e Félix Guattari, em entrevista publicada no jornal "Liberación", em 23 de outubro de 1980, que sustenta: “A noção de rizoma foi adotada da estrutura de algumas plantas cujos brotos podem ramificar-se em qualquer ponto, assim como engrossar e transformar-se em um bulbo ou tubérculo”.

O que é, então, o Modelo Rizomático de Educação (*Rhizomatic Model of Education*) que Deleuze e Félix Guattari propõem? Como um caule de planta pode nos ajudar a pensar o mundo moderno e a educação? Trata-se de preparar os alunos para lidar com incertezas. Um tipo diferente de aprendizagem, que envolve criatividade. Como pode ter esse tipo de aprendizagem proposital em uma sala de aula?

Nos séculos XVIII e XIX, o objetivo era ensinar as pessoas a ler e a escrever, mas quando começamos a pensar sobre estimular o desenvolvimento da criatividade, o modelo precisa mudar. É preciso fazer a transição da memorização para a aquisição de habilidades. Formar pessoas que saibam tomar decisões e lidar com incertezas.

Neste modelo, não se espera que os alunos terminem o curso sabendo diversas coisas, mas sim preparados para tomar decisões sobre diversas coisas. O currículo não é orientado por contribuições predefinidas de especialistas, mas antes construído e negociado em tempo real, a partir de *hiperlinks*, sob a influência de diferentes gêneros digitais que instigue o aluno a pensar, ao ato de confiar na comunidade que o envolve. O aluno é alguém que lê, conceitua um determinado assunto e pode participar em discussões com outras pessoas, isso pode se dar presencialmente ou virtualmente. O ambiente virtual traz essa acessibilidade, ‘dá sentido’ e o ‘faz crer’ na aparência de ‘estár em’ quando em realidade só estamos por percepção.

Nesta perspectiva, os conceitos não são dados prontos, eles não preexistem: é preciso inventar, criar os conceitos. Os saberes e experiências acumuladas no cotidiano, bem como as informações acessadas na rede social, configuram como elementos norteadores de aprendizagem. Com certeza, já participamos de contextos rizomáticos sem perceber.

Acompanhando esse conjunto de aquisição e habilidades, as linguagens desenvolvidas para divulgar ideias podem permitir a integração e hibridização dessas linguagens. Como consequência prática, passam a circular, em números cada vez maiores, novos tipos de gêneros e composições textuais, novas práticas comunicativas, novos modos de integrar a educação, novas formas de construção e socialização do conhecimento, “Novos Letramentos”.

Apesar de todos esses panoramas parecerem assustador e novo para alguns educadores, eles, são na realidade, uma aplicação e continuação de um processo de mudanças nas práticas de letramento. Basta retrocedermos um pouco no tempo para entendermos a veracidade dessa afirmação. Assim, optamos por apresentar um olhar histórico sobre a evolução das tecnologias de comunicação, consolidada como forma de registro de textos, cujo objetivo, antes, era apenas propagar ideias, hoje gêneros textuais que quebram barreiras de espaço e tempo que demandam estratégias cognitivas dos internautas.

Olhar histórico: Mundo ocidental

A história tem comprovado que, de um modo geral, o homem tem buscado, há séculos, impor suas ideias, princípios ou dogmas, desenvolvendo sempre estratégias argumentativas que influenciassem seu grupo social. Mais recentemente, na Europa, em fins do século XVIII, acentuou-se a percepção da necessidade de enfatizar, de modo mais pertinente, tais estratégias para propagar ideias políticas como ocorreram durante a Revolução Francesa (1789), cujos marcos, queda da Bastilha e Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão tornaram-se, no período seguinte, a motivação que fundamentou a influência e a força comunicacional exercida por Napoleão.

No século XIX, o desenvolvimento dos processos de comunicação aumentou progressiva e intensamente em vários países do ocidente. Devido a essa perspectiva é que, em 1896, o jornal *Daily Mail* teve sua maior renda derivada da comunicação dessas propagações. Começa, então, a se delimitar e a sugerir necessidade de divulgar informações com vistas à promoção de vendas de bens e serviços negociáveis, pois pressupõem que o consumidor só adquire bens se conhecer seu valor de uso.

No final do século XIX, a comercialização se expande. A tecnologia e a produção começam a se desenvolver; os países mais desenvolvidos passam, assim, a criar técnicas de persuasão mercadológica e de organização de estratégias comunicativas para exercer, por meio da mídia, o poder de divulgar, esclarecer ou defender determinados valores ou axiologias, focalizando ideias, práticas e posturas que atendem a interesses de determinados grupos. Tais estratégias tornam-se uma das mais importantes *práxis* do século XX, sendo muitas responsáveis por movimentos psicossociais que conseguiram alterar ou inovar paradigmas culturais em todo o mundo. Citam-se, assim, as falas de Adolfo Hitler, membro do Partido Nacional Socialista alemão, cuja eficiência manipulatória sobre a população deu início ao movimento que fez eclodir a Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

A guerra, os movimentos separatistas e político-ideológicos incentivam intensamente a industrialização que começa a dar feição diferenciada às relações não somente entre nações, mas, sobretudo, entre os interesses de grandes grupos econômicos, cujas atividades demonstram o *status quo* de um mundo globalizado, era da informação, “Era Pós-digital”.

Era Pós-digital

Na Era da informação, também conhecida como Era Pós-digital - período que vem após a “Era industrial”, mais especificamente após a década de 1980, tanto a metodologia de aprendizagem como a estrutura do conhecimento se dissolveram. O conteúdo de livros ou aulas assim como a estrutura do projeto pedagógico começaram a ser repensados. Os paradigmas da pedagogia passaram a ser desenvolvidas paralelamente à evolução de tecnologias que permitiram a comunicação bidirecional, pois a aprendizagem não já não era mais concebida apenas como memorização, mas também em contextos, relacionamentos e interações.

Uma nova educação começava a surgir. Os educadores deixaram de ser

apenas um transmissor de informações, os únicos responsáveis por definir, gerar, gerir e organizar o conteúdo, para serem um orientador/mediador no processo de interação e construção do conhecimento. A informação tornava-se abundante e de fácil acesso, e boa parte do processamento mental e da busca por respostas começavam a ser encontrados em ambientes virtuais, por meio de *hipertextos*. Uma relação funcional que os educandos mantinham por meios de conexões em rede, lendo, discutindo questões de metalinguagem, multimodalidade, história das interfaces e transparência na leitura de imagens que saltam às telas do computador.

ANDERSON, T & DRON, J. (2012, p. 129)¹ especulam sobre qual seria a próxima geração de pedagogia; como a *web* semântica pode contribuir para a aprendizagem mais baseada em objetos e coletivos, mídia de massa: material impresso, Tv, rádio, comunicação um para o outro, redes sociais?

A interação em Educação virtual move-se e o educador deve inserir neste movimento. Uma ação que leve o aluno para além de consultas individuais com educadores e das interações em grupo e limitações dos ambientes virtuais de aprendizagem, associadas à pedagogia de aprendizagem virtual. Complementam ainda que “a educação online pode se apropriar, mesmo não tendo sido elaboradas para a aprendizagem em rede”. O homem, em constante busca por novas formas de interação social, dada sua característica gregária, aliada à sua necessidade intrínseca de ir ao encontro de novas formas de conhecimentos, está modificando o ambiente e sendo também por ele modificado. Assim, as mídias podem cada vez mais contribuir com fundamentos para o planejamento do ensino, a formulação de objetivos e preparação dos ambientes de aprendizagem, o sequenciamento do currículo e das atividades, mecanismos de reforço e a avaliação do progresso e dos resultados dos alunos.

A máquina de ensinar de SKINNER, B. F. (1958)², por exemplo, já colocava em prática um método de personalização do ensino que é hoje buscado por educadores e desenvolvedores de ambientes virtuais de aprendizagem.

Jean Piaget (1986-1980)³ criticava a pobreza das pesquisas em pedagogia na segunda metade do século XX, defendendo a experimentação contínua e metódica em educação, com estudos qualitativos e quantitativos. O psicólogo suíço ressaltava, ainda, a necessidade de que a pedagogia experimental seja multidisciplinar, envolvendo outras ciências, como sociologia e psicologia.

Nesse sentido, suas ideias podem contribuir para a discussão sobre interação em ambiente virtual. Clark & Mayer (2011)⁴ por exemplo, argumentam na mesma direção quando definem o envolvimento comportamental como qualquer ação que um aprendiz realiza, como apertar o botão para fazer leitura de um texto, ir à tela seguinte, jogar um game ou assistir a uma animação. Enquanto desenvolvimento psicológico, seria o processamento cognitivo do conteúdo oral ou escrito que leva à aquisição de novos conhecimentos e habilidades, como prestar atenção em um texto

¹ Anderson, T., & Dron, J. (2012). Learning technology through three generations of technology enhanced distance education pedagogy. *European Journal of Open, Distance and E-Learning*, 2012/2.

² Skinner, B. F. Teaching machines. *Science*, v. 128, n. 3.330, p. 969-977, 24 out. 1958.

³ PIAGET, Jean. *Psicologia e pedagogia*. Trad. Dirceu Accioly Lindosos e Rosa Maria Ribeiro da Silva. 10. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2010.

⁴ CLARK, Ruth Colvin; MAYER, Richard E. *E-learning and the science of instruction: proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning*. 3. Ed. Pfeiffer, 2011

relevante, organizar uma apresentação coerente e integrá-la com conhecimento prévio.

Piaget entende que o processo de aprendizagem envolve transformação e construção da realidade por parte do sujeito. Nesse sentido, convém lembrar a afirmação de Sieme (2005)⁵, quando define: “Nossa habilidade de aprender o que precisamos para amanhã é mais importante do que sabemos hoje”.

Na concepção sócio-histórica, a educação digital, com a interferência das redes sociais, só pode ser entendida se considerarmos que os instrumentos, gêneros e signos participam da mesma. Estes são entendidos como efeitos físicos de mudanças no mundo e efeitos psicológicos sobre o próprio homem, resultantes de sua própria ação (Vygosky, 1998).

Gêneros digitais - Olhar sócio

A linguagem permitiu que os membros de um determinado grupo social compartilhassem suas experiências pessoais tornando seus conhecimentos coletivos, mostrar-se, absorver ou perceber informações originais. Chegamos mesmo a desconfiar que, em certos casos, há um excesso ou saturação de comunicação, uma automatização de significados. Correlativamente, o interesse crescente pelos problemas de comunicação e a necessidade de maior precisão de mensagem, de qualquer tipo estão vinculadas.

Assim como a industrialização cria o mercado de consumo e a necessidade de alfabetização universal, cria também a necessidade de informações sintéticas. Para o grande número: o jornalismo e o livro, no século passado, o cinema, o rádio e a televisão, em nosso século. Cada um desses meios e todos eles em atrito determinam modificações globais de comportamento da comunidade, para as quais é necessário encontrar a linguagem adequada. (PIGNATARI, Décio, 2003, p. 18)

Daí que o nosso século é o século do planejamento, das atualizações, de novos projetos para atender ao destinatário atual. Os textos passam a manifestar-se em várias linguagens, isto é, em texto sincrético, a fim de conquistar seu público pela argumentatividade, emprego simultâneo da comunicação verbal e não verbal, elemento extremamente importante da nossa cultura. Encontramos os dois tipos no teatro, cinema, televisão, histórias em quadrinhos e na maior parte dos anúncios.

O emprego de vários códigos instala a produção ou a interpretação de possíveis variações de significados sócio. Confirma-se, assim, nos gêneros textuais, a importância da visualidade da escrita e o interesse pela criação. As técnicas têm, portanto, evoluído e se aprimorado com o objetivo de incorporar

⁵ SIEMENS, George. Connectivism: a learning theory for the digital age. International Journal of Instructional Technology and Distance Learning, v. 2, n.1, jan.2005.

valores artísticos e atingir público cada vez mais exigente e refinado.

Essa atividade articulatória facilita o reconhecimento do propósito da comunicação e viola normas e expectativas, mas atrai mais a atenção do leitor para tais especificidades. Sua primeira e mais importante tarefa, atualmente, é prender a atenção do destinatário; enquanto persuadi-lo a agir tornou-se, possivelmente, tarefa ou desafio menor.

O leitor virtual confronta-se com a necessidade de mudar o comportamento, para se comunicar é preciso interpretar o código espacial, como comenta Maria Thereza Strôngoli (2003, p. 10),

o homem atribui sentido e valor às realidades do mundo, criando conteúdos que atualizam uma *linguagem espacial* e suas diversas formas de expressão, seja a linguística ou não. Conclui-se, assim, que o espaço constitui um código social que fala de outros códigos sociais, ou melhor, o espaço é o modo pelo qual a sociedade não somente reflete sobre si mesma, como reflete o que essa sociedade é.

Comunicação - Teoria do texto e comportamentos

A comunicação, afirma Robert Vion (1992: 32)⁶, “não remete para uma teoria da mensagem (processos de codificação, de transmissão e de decodificação), mas a uma teoria de comportamentos, sejam verbais ou não verbais.”⁷.

Antônio Sandmann (1993: 12), considera que o homem “vive num universo saturado de estímulos”, mas nem sempre compreende esses estímulos, assim não consegue dar atenção e assimilar todas as mensagens que lhe chegam por meio da comunicação de massa, rádio, televisão, jornal, revistas, outdoors, *internet* etc.

Para entendermos esse universo de estímulos, vamos nos deter, então, na questão dos signos que constituem um suporte e um gênero digital. Consideram SOUZA A.G. & Carvalho E.P.M. (2006), com base nas categorizações: ‘canal, meio, veículo etc’ vista em MARCUSCHI (2005); na perspectiva de BAKHTIN (1997) de que o estilo é fator determinante para o gênero; e de MAINGUENEAU (2005) de que uma modificação do suporte modifica um gênero, que o *software* seja o suporte de uma escrita virtual.

Os gêneros, no mundo virtual, receberam os sentidos da socialização e da competência que caracterizam os processos cognitivos (ser) e pragmáticos (fazer) do adulto. O signo pode ser compreendido, como fazem Oswald Ducrot & Tzvetan Todorov (1972: *128), como uma entidade que pode “tornar-se sensível para um grupo definido de utentes e marcar uma ausência nela própria”. Desde Saussure, a parte do signo que se pode tornar sensível é chamada significante; a parte ausente, significado; e a relação que ambas mantêm entre si, significação.

Quase todos os teóricos distinguem, no signo, a significação denotativa e a

⁶ Todos os textos citados em língua estrangeira são traduzidos por mim.

⁷ La communication ne renvoie à une théorie du message (des procesus d’encodage, de transmission et de décodage), mais à une théorie des comportements, qu’ils soient verbaux ou non verbaux.

significação conotativa. Enquanto a primeira resulta de sua função referencial, ou seja, de sua relação de significante, palavra, com o objeto real, a segunda destaca a significação particular produzida pelo conteúdo emocional, experimentada por um dado grupo cultural e forjada por esse grupo.

Descreve Vion (Ibid. p. 31):

que todo texto, qualquer que seja sua natureza, apresenta-se como uma reprise-modificação, consciente ou não de textos anteriores. As relações intertextuais resultam do fato que toda forma de consciência ou de conhecimento passa por uma atividade discursiva. Encontramos aqui o que outros autores chamam função simbólica da linguagem segundo a qual, por seus funcionamentos, a linguagem organiza, estrutura, categoriza a experiência do mundo⁸.

A impossibilidade interpretativa de um leitor não saber interpretar um gênero é explicada por sua ausência de discurso próprio, infantil, ou seja, sua incapacidade de interpretar a cultura por meio de escolhas e combinações enunciativas próprias, ausência comprovada, pela própria etimologia da palavra infantil: “do latim in-fans-antis ‘que não fala, infantil’, de fari ‘falar’ ” (Antonio G. da Cunha, 1982: 435). Essa limitação cognitiva ou pragmática implica, portanto, a incapacidade de ter ou receber o “poder da palavra”, ou seja, o domínio da escrita ou da fala. Cabe ao leitor, ainda com discurso infantil, reprisar e modificar o conhecimento por, conforme o cognitivismo, fases (registro, reconhecimento e assimilação) e, à medida que pratica os processos de significação e categorização, organizar seu pensamento e exercitar não apenas a linguagem, mas o discurso. Essa pesquisa, embora não exaustiva, demonstra a importância dos exercícios de leitura e auxilia o educador a compreender o grande interesse dos alunos, em sala de aula, pela investigação dos recursos utilizados na construção do conhecimento, também, por meio de gêneros virtuais, assim como a eficácia da interação coerente dos dois códigos: o linguístico e o visual. Observa-se que, enquanto o uso recorrente dos dois códigos facilita a economia da comunicação, a busca do esclarecimento da ambiguidade, criada por seus jogos simbólicos, desperta a curiosidade da leitura.

Esse conhecimento pode auxiliar o aluno a desenvolver a prática da leitura sincrética, ou seja, a compreensão da interação dinâmica da língua com as imagens, e a entender que ambos os sistemas se situam “aquém e além do signo”.

Tal fato motiva esse aluno a interessar-se pela leitura de textos, como afirma Denis Bertrand (2000, p. *400), já que a prática da leitura objetiva, no ensino fundamental, assegurar a aprendizagem do “domínio do discurso a serviço da formação do cidadão”.

O texto é definido a partir de fatores de estruturação interna que o constituem como uma unidade de comunicação, independentemente se sua manifestação é oral

⁸ Cette problématique du langage implique que tout texte, quelle que'en soit la nature, se présente comme une reprise- modification, consciente ou pas, de textes antérieurs. Ces relations intertextuelles résultent du fait que toute forme de conscience ou de connaissance passe par l'activité discursive. Nous retrouvons ici ce que d'autres appellent la fonction symbolique du langage selon laquelle, par ses fonctionnements, le langage organise, structure, catégorise l'expérience du monde.

ou escrita, verbal ou não-verbal, ou composta de mais de uma linguagem. Nessa perspectiva, o texto e o discurso que o subsume são definidos, por sua natureza dupla e complementar, como uma estrutura coesa e coerente de significação e, ao mesmo tempo, como um objeto de comunicação, cujo código é passível de se articular com outros códigos, constituindo, por conseguinte, uma unidade sincrética. O termo sincretismo constitui uma forma classificatória para indicar a condição de discursos, teorias, culturas, publicidade, etc., serem passíveis de constituírem uma unidade, mesmo conjugando-se a outras de sua categoria ou classe.

Educação - Sociedade da Comunicação e da Informação

Por que as escolas resistem às mudanças? Precisamos analisar o papel do profissional da educação na contemporaneidade sua *práxis* pedagógica e seu compromisso com a educação nos espaços mais amplos da sociedade; Refletir sobre as mudanças desse profissional, por meio do tempo e da expansão do universo virtual. Instrumento de formação de sujeitos engajados em um contexto maior, revalorização junto à sociedade e, sobretudo, de que precisam ter uma melhor formação profissional e ética, discutir como a relação professor-aluno constrói também novos sentidos. Sentidos esses que não estão livres “do já dito” por uma rede de filiações que estão colocadas sobre o que é ser aluno e o que é ser educador, assim como sobre o que é o ensino virtual? Questões essas que ultrapassam as fronteiras nacionais e se fazem presentes em um fazer pedagógico mundializado são os objetivos desse trabalho.

Seguindo esse fio condutor, “Educação – Sociedade da Comunicação e da Informação” discute-se à integração e uma referência à essa nova sociedade educacional, especialmente a estudantes, educadores e pesquisadores sobre a dinâmica de conhecimento e o “Aprendizado rizomático”.

A vida escolar pode ser, e deveria ser uma experiência intrinsecamente motivadora. As dúvidas, então, residem em por que com tanta frequência isto deveria acontecer, e como resolver esses problemas? Como incorporar e combinar ferramentas da *web* e dos ambientes virtuais, pessoais e sociais de aprendizagem colaborativa, individual e/ou em grupo, redefinindo a função do educador?

Contribuindo para as reflexões sobre o tema, constituir-se-á em um acervo signícos: histórias, teorias tecnológicas, associadas à aspectos pedagógicos e avaliativos, operacionalidade da mídia e tendências atuais e futuras. Informações que estimulam a construção do conhecimento, por meio de multiplicidade de recursos pedagógicos que puderam ser desenvolvidos após o grande avanço tecnológico dos últimos tempos.

Alento: Figura do educador

Nesse contexto, merece destaque a figura do educador, que tem a missão de mediar o processo educativo, discutir, refletir pesquisando e construindo assim novos e significativos conhecimentos. Na sociedade da evolução, onde o conhecimento e as inovações tecnológicas estão, cada vez mais, ao alcance dos alunos fora do espaço

escolar, a função social da escola e o papel do educador adquirem outra dimensão, metodologia de aprendizagem independente, diferente daquela que, em tempos anteriores, era por muitos apregoada, ou seja, agentes primeiros de difusão do conhecimento e da informação, ferramenta colaborativa do conhecimento na rotina escolar.

São várias as transformações, no entender do economista Ladislau Dowbor, 1994: 23, tais como a internacionalização ou globalização do espaço mundial, graças aos avanços tecnológicos, sobretudo às descobertas eletrônicas, possibilitadoras de trocas informacionais rápidas e seguras; a urbanização, responsável pelo desenvolvimento de grandes cidades em detrimento das zonas rurais, fato que determina mudanças estruturais nos aglomerados urbanos; as dimensões do Estado, explicitadoras da questão participação do governo X privatização, enfatizando, frequentemente, como modo ideal, a existência de um estado pequeno e eficiente; finalmente, o progresso tecnológico seria o último e mais forte fator determinante das transformações verificadas nas sociedades hoje.

Essas transformações, voltadas ao trabalho pedagógico, demanda um novo perfil educacional que, efetivamente, contribuem para a melhoria da qualidade da educação em todos os seus níveis de modalidades.

Segundo Ilma Passos, 2003, p. 32

Introduzir inovação tem o sentido de provocar mudança no sistema educacional. De certa forma, a palavra ‘inovação’ vem associada à mudança, reforma e novidade. O ‘novo’ só adquire sentido a partir do momento em que ele entra em relação com o já existente.

Sem uma inovação que programe novas alianças estratégicas para a formação do saber, capaz de investir em posturas críticas-reflexivas de gestores, planejamento, avaliação e a redefinição da prática docente, buscar o novo, não se passará de esforços infrutíferos, que nos permitem saída de caminhos sem rumo.

Em uma de suas vertentes, as referidas inovações estão aliadas à modalidade da educação independente, por meio dos gêneros digitais, oferecendo possibilidades múltiplas para os sujeitos que mergulham no oceano de informação, que se embrenham em seu emaranhado de nós e transpassam seus buracos labirínticos. Sua materialidade, gêneros digitais, permite-nos uma nova relação tempo-espaço dada pela velocidade com que faz circular os sentidos em sua infovias, essa materialidade, ou melhor, essa fisicalidade dispersa, fragmentada, líquida, faz surgir também novos sujeitos e novos discursos.

Muitos dos desafios que hoje enfrentamos estão relacionados à fragmentação do conhecimento tão característica do processo educacional, que somente poderão ser modificados por uma prática constantemente repensada, reflexiva, propiciadora de crescimento e mudança que possibilite aos protagonistas do processo escolar partilhar o prazer de aprender e conviver.

Por isso, para pensarmos essa metodologia de aprendizagem independente e

os sujeitos e discursos que nela se constroem, estaremos ancorados na teoria da aprendizagem rizomática, no contexto escolar, tendo como ferramenta principal a *internet*, os gêneros digitais, as relações entre escrita, leitura e oralidade e seus inter-relacionamentos.

Nesse cenário, o universo da Educação mostra-se como que envolvido numa complexa fermentação, atravessado por impulsos radicais, tensões, novos desafios, instâncias de radicalização, de autocrítica, de desmascaramento de algumas - ou de muitas- de suas "engrenagens" ou estruturas. Uma metodologia de aprendizagem independente, desafiando novos ambientes, novas fronteiras, elaborando novos procedimentos no cenário Era Pós-digital.

Conclusão

Um dos grandes desafios do século é a qualidade da educação, assim como a formação e a valorização humana, apontada como solução para o desenvolvimento das nações.

As instituições educativas têm por tarefa preparar os alunos para o letramento, que, entre outras coisas, exige deles novas competências: criar, pensar, propor soluções, conviver em equipe - competências essas compatíveis com as novas configurações do processo produtivo. Essas transformações estão modificando significativamente a identidade do aluno, que passou, da noite para o dia, a ser valorizado como alguém que deve pensar e propor, embora com a finalidade de gerar maior produtividade, que gere maior lucro. (PIMENTA, Selma Garrido, 2002,. p. 100- 101).

A fim de potencializar a capacidade de aprendizagem de novos conhecimentos, é preciso criar oportunidades de crescimento e conhecimento, criar instrumentos de avaliação de qualidade, reestruturar modelos curriculares e programáticos superados diante das exigências de um mundo competitivo.

De fato, as transformações atingem as instituições escolares de modo contundente. Seus princípios são questionados, currículos são revistos, avaliações implementadas, tendentes a dotar qualidade ao ensino/aprendizagem. Padrões que normalizem a escolarização, incentivo para novas experiências educativas pautadas, geralmente, por políticas que, ao financiarem determinados programas, tentam implicar as escolas em outras dinâmicas de ensino/ aprendizagem. (ALONSO, Katia Morosov, 2008)

Nas propostas de transformações, destaca-se, numa esfera atual e global, o uso mais intenso de computadores/TICs. As pessoas cresceram culturalmente dentro de um espaço presencial nas redes sociais. Diante dessa realidade, o papel do ensino é de transformar o processo de ensino-aprendizagem. Pretende-se que a incorporação das TICs, no ensino, seja elemento catalizador de mudanças significativas na aprendizagem dos alunos.

Para assegurar o acesso ao ensino e ao Letramento a segmentos cada vez maiores da população, em qualquer estado ou país, sempre usando tecnologias e redes sociais, como televisão (apoiada pelo material impresso) e Internet, algumas

instituições têm buscado oferecer curso de capacitação ao educador. Estimular um novo modelo pedagógico, oferecer subsídios a conexão entre as informações, o que proporciona a construção do conhecimento do educador e, conseqüentemente, do aluno, por meio de multiplicidade de recursos pedagógicos que puderam ser desenvolvidos após o grande avanço tecnológico dos últimos tempos.

A educação pode, assim, ser caracterizada como um processo social e interativo. A escola como uma forma de vida social, insistindo na importância da atividade do aluno no processo de aprendizagem. O educador não está mais na escola apenas para impor certas ideias ou para formar certos hábitos na criança, mas sim como um membro da comunidade para selecionar as influências que possam afetar a criança e assisti-la a responder apropriadamente a essas influências.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA:

ALONSO, Kátia Morosov. **Avaliação em EAD: A Avaliação e a Avaliação na educação a Distância: algumas notas para reflexão.** Disponível em:

<<http://www.tvebrasil.com.br/salto/boletins2002/ead/eadt5b.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2009.

Anderson, T., & Dron, J. (2012). **Learning technology through three generations of technology enhanced distance education pedagogy.** European Journal of Open, Distance and E-Learning, 2012/2.

Bakhtin, M. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BERTRAND, Denis (2000). **Caminhos da semiótica literária.** Bauru: EDUSC, 2003.

BRASIL. **Parâmetros curriculares nacionais.** Secretaria da Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BRASIL. **Parâmetros curriculares nacionais: PCN ensino médio, ciências da natureza,**

da matemática e suas tecnologias. Ministério da Educação. Brasília: Ministério da Educação/Secretaria da Educação Média, 1999.

CLARK, Ruth Colvin; MAYER, Richard E. **E-learning and the science of instruction: proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning.** 3. Ed. Pfeiffer, 2011

Cormier, Dave (07-2008). **Rhizomatic education: Community as curriculum.** *Innovate 4* (5), Junho/Julho de 2008. Disponível em <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=550> [acedido em 15-12- 2008]

CUNHA, Antônio G. da (1982). **Dicionário etimológico nova fronteira da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

DUCROT, Oswald & TODOROV, Tzvetan (1972). **Dicionário das ciências da linguagem.** Lisboa: Dom Quixote, 1973.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **A questão dos suportes dos gêneros textuais.** UFPE/CNPq, 2003

_____ **Da fala para escrita: Atividades de retextualização** 6. ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005.

PIMENTA, Selma Garrido; ANASTASIOU, Léa das Graças. **Docência no ensino superior.** v.1. São Paulo: Cortez & Moraes, 2002. 273 p.

JOHNSON, W. Palavras e não palavras. In: STEINBERG, C. S. **Meios de comunicação de massa.** São Paulo: Cultrix, 1972. p. 47 - 66.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos Discursos.** Curitiba: Criar, 2005.

PIAGET, Jean. **Psicologia e pedagogia.** Trad. Dirceu Accioly Lindosos e Rosa Maria Ribeiro da Silva. 10. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2010.

Levy, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo : Ed.34, 1999.

PIGNATARI, Décio. **Informacao, Linguagem e Comunicação**, São Paulo: Perspectiva, 2003.

SANDMANN, Antônio (1993). **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Contexto.

SIEMENS, George. **Connectivism: a learning theory for the digital age**. **International Journal of Instructional Technology and Distance Learning**, v. 2, n.1, jan.2005.

SKINNER, B. F. **Teaching machines**. Science, v. 128, n. 3.330, p. 969-977, 24 out. 1958.

SOUZA, A. G., Carvalho, E. P. M (2006). Uma noção de Suporte Virtual. In.: **Anais do simpósio de hipertexto e tecnologia na educação NEHTE**, UFPE: 2006.

SOUZA, C. S. de. Interação Humano-Computador: perspectivas cognitivas e semióticas. In: **Anais das Jornadas de Atualização em Informática**. Rio de Janeiro: Edições EntreLugar, 1999.

STRÔNGOLI, Maria Thereza (2003). A linguagem do espaço em textos da mídia. In

Polifonia. Revista da UFMT, nº 6, p. 33.

VYGOTSKY, L.S. (1998). **Formação Social da mente**. São Paulo: Martins Fontes.

VION, Robert (1992). **La communication verbale: analyse des interactions**. Paris: Hachette.

WHATSAPP E POLÍTICA: NOVAS FORMAS DE CIBERATIVISMO

SÉRGIO BARBOSA DOS SANTOS SILVA¹
Centro de Estudos Sociais / Universidade de Coimbra
sergio.barbosa@gmail.com

Resumo

O objetivo geral deste texto é investigar como o uso das tecnologias da informação e comunicação (TIC's), em particular, o WhatsApp, vem se apresentando como elemento central para a convocação e a mobilização de ciberativistas nas formas contemporâneas de participação política. Para tanto, foi focado de que forma os usuários do grupo “# Unidos Contra o Golpe” organizaram protestos em 2016 na cidade de Florianópolis, no que se convencionou denominar usualmente de ciberativismo. O método de investigação é “netnografia” do grupo do WhatsApp, juntamente com a análise de mensagens postadas e a realização de entrevistas semi-estruturadas, ressaltando as motivações quanto ao seu uso político. Para isso, o estudo utilizou procedimentos analíticos de cunho amplamente qualitativo. A pesquisa verificou o potencial mobilizador do WhatsApp para além das abordagens dicotômicas que, por um lado, defendem entusiasticamente o potencial democratizador da internet como uma espécie de “ágora digital”, por outro, observam sua expansão como tendência à alienação e à desmobilização. Conclui-se, a partir da análise empírica, que os múltiplos usos do WhatsApp representaram novas formas de participação política traduzidas em mecanismos de ativação da cidadania e impacto positivo nas formas coletivas de sociabilidade do grupo.

Palavras-chaves: WhatsApp; ciberativismo, participação política.

¹ Bacharel em Sociologia pela Universidade de Brasília (2014). Licenciado em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília (2015). Mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (2017). Atualmente, é aluno do doutoramento em Democracia no século XXI pelo Centro de Estudos Sociais (CES) junto à Universidade de Coimbra em Portugal. Desenvolve pesquisas relacionadas, principalmente, aos seguintes temas: democracia; participação política; internet; WhatsApp e ciberativismo. Endereço eletrônico: sergio.barbosa30@gmail.com

Abstract

The general objective of this article is to investigate how the use of Information and Communication Technologies (ICTs), in particular WhatsApp, has been presented as a central element for the convening and mobilization of cyberactivists in contemporary forms of political participation. For that, it was focused on how the users of the "# United against the coup" group organized protests in 2016 in the city of Florianópolis in Brazil, in what is commonly known as cyberactivism. The research method is "netnography" of the WhatsApp group, along with the analysis of posted messages and semi-structured interviews, highlighting the motivations for their political use. For this, this research used analytical procedures of a highly qualitative nature. The article verified the mobilizing potential of WhatsApp in addition to dichotomous approaches that, on the one hand, enthusiastically defend the democratizing potential of the internet as a sort of "digital agora", on the other, observe its expansion as a tendency towards alienation and demobilization. It is concluded from the empirical analysis that the multiple uses of WhatsApp represented new forms of political participation translated into mechanisms of activation of citizenship and positive impact on the collective forms of sociability of the group.

Keywords: WhatsApp; cyberactivism; political participation.

Introdução

Este texto investiga o uso político do *WhatsApp* com objetivo de analisar modalidades de participação política no âmbito da bibliografia sobre ciberativismo e TIC's (Tecnologias da Informação e Comunicação) e é oriundo da dissertação de mestrado deste autor (Barbosa, 2017). Em específico, buscamos entender o papel do *WhatsApp* na convocação e mobilização de ciberativistas inscritos em um grupo do aplicativo intitulado “# Unidos Contra o Golpe” ou UCG (iniciais utilizadas pelos usuários).

O UCG foi criado a partir do desejo de lutar contra o golpe² que se organizou no ano de 2016 no Brasil e reivindicou o retorno de Dilma Rouseff à presidência da república. A indignação com a situação política do Brasil motivou os usuários inscritos no grupo a refletirem e discutirem o cenário que o país atravessou nesse ano. Nosso objetivo é investigar o espaço de política criado no grupo do *WhatsApp* sem estabelecer uma relação causal entre o UCG e participação política, mas desvendar o conteúdo social presente neste processo, buscando novos insights, mesmo que se considere a incapacidade de cobrir todos os possíveis aspectos da temática em um momento de velozes transformações tecnológicas (Kies, 2010, p. 5).

A estratégia metodológica adotada foi a netnografia do grupo do *WhatsApp* desde o ingresso deste pesquisador em meados de Abril de 2016. A partir da netnografia, realizamos a análise das informações postadas pelos usuários do grupo no mês de setembro de 2016 (que será apresentada em outro momento) e quinze entrevistas semi-estruturadas com residentes de Florianópolis inscritos no UCG.

Este artigo está dividido em duas seções. Na primeira parte elucidamos uma discussão teórica sobre como o ciberativismo pode ser considerado uma forma de participação para além dos canais institucionais da política, revisamos a bibliografia sobre a temática de internet e política e ressaltamos como novas práticas participativas podem utilizar o *WhatsApp* como ferramenta de politização. A seção dois é dedicada à análise empírica, a partir da combinação das metodologias supracitadas: em um

² Este pesquisador está em comum acordo com os ciberativistas investigados e, portanto, considera que a saída da presidenta Dilma Rouseff foi um golpe.

primeiro momento tecemos considerações sobre a netnografia e, em seguida, priorizamos alguns resultados das entrevistas realizadas com os ciberativistas de Florianópolis. As considerações finais revelam um “novo olhar” sobre como ver e fazer a política no século XXI por meio das redes sociais virtuais, tendo como base as interações do grupo investigado no *WhatsApp*.

Ciberativismo e Whatsapp

Ao investigar as formas de participação política do UCG no *WhatsApp*, pretendemos: “compreender melhor os fenômenos de participação política nas sociedades contemporâneas, reconhecendo que nem todos os movimentos e associações estão dispostos a participar dos espaços institucionais de partilha do poder” (Pereira, 2012, p. 84).

Mouffe (2016) apresenta a natureza do modelo ocidental de democracia como uma articulação de duas tradições diferentes, quais sejam: a tradição do liberalismo político com sua ideia de “Estado de direito”, de liberdade individual e dos direitos humanos e uma segunda tradição democrática de igualdade e de soberania popular. Entre estas duas tradições, o paradoxo ganha corpo porque o peso maior reside na primeira tradição. Mais do que isso: nas democracias contemporâneas as decisões políticas, de uma forma geral, estão fora do alcance dos cidadãos, na medida em que seu linguajar “técnico” afastou a população da participação política.

Em contrapartida, os diferentes movimentos de indignação que sacudiram o mundo nos últimos anos, - como a Revolução Egípcia, o movimento 15-M na Espanha, o Occupy nos Estados Unidos, as Jornadas de Junho no Brasil em 2013 - mostraram-se, apesar de seus limites, capazes de oxigenar a democracia e compartilharam as seguintes características entre si: rejeição aos partidos políticos, baixa confiança nas formas convencionais de organização política, formação e mobilização via internet (Gerbaudo, 2012; 2017).

O advento das TIC's simultaneamente à difusão da internet permitiu tanto a comunicação direta entre os indivíduos, quanto a distribuição da informação de forma multidirecional e horizontal. É relevante, por isso, repensar o processo de funcionamento do poder político frente às constantes transformações expostas pela

globalização no século XXI, reconhecendo que os indivíduos, por não confiarem nas tradicionais formas de fazer política, não se sentem representados politicamente pelo atual quadro institucional (Barbosa, 2016; 2017). Resultado: os índices de participação nas eleições de países com mais longa tradição democrática vêm declinando nas últimas décadas, assim como as filiações às principais instituições representativas (Castro; Reis, 2012).

Mouffe (2016) observa que um dos grandes desafios da democracia no século XXI é não poder se limitar a estabelecer uma solução conciliatória entre interesses ou valores ou a deliberar acerca do bem comum; ela precisa apoiar-se concretamente nos desejos e fantasias do povo. Mais ainda: se, nas democracias liberais contemporâneas, percebemos o acúmulo de uma quantidade irrestrita de demandas que não podem ser canalizadas via mecanismos institucionais, as decisões políticas cada vez mais são realizadas em espaços que estão fora do controle dos cidadãos. Sendo assim, no lugar de uma confrontação de ideias e projetos, estamos presenciando o esfacelamento do regime representativo das democracias liberais aliado a um crescimento contínuo de descontentamento da população em relação ao mundo político.

A partir desse questionamento, percebe-se a formação de uma lacuna na capacidade comunicativa entre o Estado e os cidadãos. De um lado, o poder político continua em uma esfera local; de outro, os cidadãos acumulam não só uma insatisfação generalizada justificada pela separação entre governantes e governados, como também demonstram pouca vontade de se engajarem em um sistema político carente de “ferramentas comunicacionais” comuns ao cotidiano dele.

Percebemos, então, um “descompasso” entre uma sociedade civil que pleiteia por repostas rápidas e eficientes, ao mesmo tempo em que os canais da participação política sinalizam não acompanhar essas demandas requeridas. Há, assim, uma série de desafios quanto à compreensão dos valores que orientam e embasam as ações dos atores no campo político e também acerca das formas de sua socialização. Neste trabalho, consideramos que percepções de situações sociais objetivas podem passar por impressões e avaliações subjetivas acerca dos fenômenos políticos.

Em verdade, a formação das “paixões” na política, elemento-chave considerado por Mouffe (2016) na construção de formas coletivas foi também diagnosticado no grupo investigado como uma avaliação subjetiva da motivação política. Por paixão,

Chantal entende “um certo tipo de afeto comum que é mobilizado no campo político na constituição de formas de identificação” (Errejón & Mouffe, 2016, p. 53, tradução nossa) e desempenham um papel fundamental na política, e a tarefa da política democrática não é superá-las por meio do consenso, mas elaborá-las de uma forma que estimule o confronto democrático. O confronto entre identidades diversas no UCG permitiu florescer a “paixão” como elemento ímpar na constituição do espaço coletivo dentro do grupo no *WhatsApp*. Foi o elemento que deu fôlego ao *modus perandi* do UCG, à medida que o choque de opiniões diversas entre os usuários foi crescendo concomitante ao entrosamento do grupo, que, ao fim e ao cabo, formou um ator coletivo.

A partir dessas ideias, as TIC’s têm possibilitado novas formas de atuação política para além dos canais institucionais, “aumentando a capacidade de mobilização e a articulação dos cidadãos e possibilitando um maior envolvimento dos atores sociais” (Penteado et al, 2015, p. 1598). As formas de ativismo digital sinalizam novas possibilidades de mobilização política ao sugerir reconfigurações de práticas participativas. A saber, “compreendeu-se que a internet não traz modificações automáticas; nós, usuários, é quem configuramos e utilizamos as ferramentas de maneiras diversas, com objetivos pontuais, influenciados por inúmeros fatores” (Marques, 2011, p. 10). Não há, portanto, uma relação mecânica entre o *WhatsApp* e participação política: esta TIC “não promove automaticamente a participação política e nem sustenta a democracia; é preciso, antes, olhar tanto para as motivações dos sujeitos quanto para os usos que eles fazem dela, em contextos específicos” (Maia, 2011, p. 69). Mais do que isso:

O que se pode oferecer, na verdade, é um *surplus* para os cidadãos participarem da vida pública, visto que há uma apropriação social da tecnologia digital que é imediata, pouco custosa e muito eficiente, além de não demandar sacrifícios enormes para o indivíduo engajar-se politicamente (Barbosa, 2016, p. 56).

O principal termo importado dos estudos de internet e participação é o ciberativismo. Este pode ser definido como qualquer tipo de ativismo que utilize as TIC’s como ferramenta política. Em específico, “o ciberativismo corresponde a práticas comunicacionais que, utilizando plataformas, redes e suportes digitais, sobretudo na internet, visam entrosar e dar maior visibilidade a lutas no interior da sociedade” (Eisenberg, 2015, p. 131). Suas modalidades incluem um repertório variado de ações

dispostas a fortalecer conexões entre comunidades desde ferramentas de interação do meio *online* como campanhas virtuais, grupos de discussão, fóruns, *chats*, petições até as assembléias, atos públicos, passeatas, panfletos e protestos ocorridos meio *offline*. Considera-se, neste estudo em questão, que todo usuário inscrito no UCG é, de alguma forma, um ciberativista.

O sociólogo italiano Paolo Gerbaudo (2012; 2014; 2016; 2017; 2017a; 2017b) talvez seja uma das vozes mais ativas no que tange o ciberativismo no mundo contemporâneo. O sociólogo italiano ressalta que o ciberespaço ocupa uma posição onde tudo acontece, ou seja, onde os indivíduos conectados trocam ideias entre si e com o mundo. Os ciberativistas atuam como internautas que atuam nas redes sociais virtuais, em milhões de *tweets* e *posts* sobre notícias a respeito dos acontecimentos políticos em geral.

O autor realiza um rico trabalho de campo etnográfico ao testemunhar as múltiplas manifestações de ativismo através das redes sociais virtuais. Seu conceito-chave é *choreography of assembly* (coreografia coletiva). Entende-se como um “processo de construção simbólica de um espaço público que se constrói em torno de um ajuste de cena emocional e um *script* dos participantes na assembleia física” (Gerbaudo, 2012, p. 12, tradução nossa). As coreografias coletivas podem ser “caracterizadas por sua inventividade e dinâmica de ação, agrupando um número significativo de estratégias. O uso de diferentes estratégias é seguido de uma atualização constante das informações na internet, demonstrando dinamismo e envolvimento” (Penteado et al, 2015, p. 1611) com o meio *offline*.

A teoria da “coreografia coletiva” (Gerbaudo, 2012) destaca não só as oportunidades, mas também os riscos envolvidos na adoção entusiástica dos movimentos sociais contemporâneos. Estas contribuem para transformar locais simbólicos de protesto em *trending places* (em comparação com a definição do Twitter para *trending topics*), que adquirem um imenso poder de atração local por um determinado período de tempo, mas depois (como acontece com todos os *trending topics* do Twitter) desaparece progressivamente.

Nos diferentes movimentos de indignação investigados por Paolo Gerbaudo (Revolução Egípcia, Indignados na Espanha e *Occupy* nos Estados Unidos), apesar das reivindicações para grupos se configurarem sem liderança absolutas, a partir de um

caráter dinâmico e assimétrico do processo de mobilização, a função do coreógrafo para dar o primeiro passo, para definir uma data, para lançar uma ideia, criar um *hashtag* é fundamental.

O modo inaugural como o sociólogo versa sobre a noção fluida de natureza dinâmica, assimétrica e complexa dos processos de mobilizações em escala mundial nos reserva grandes desafios teórico-conceituais e metodológicos (Gerbaudo, 2016; 2017; 2017a; 2017b). Trata-se de pensar novas metodologias que possam avaliar grupos em que o valor da espontaneidade e não adoção de mecanismos de delegação e representação sejam basilares.

Neste trabalho, em específico, procuramos entender como o grupo criado no *WhatsApp* em Florianópolis serviu como espaço proveitoso para formação de uma identidade coletiva que evoluiu de forma contingente e atingiu proporções que nem mesmo os usuários do grupo imaginavam em suas expectativas iniciais. O potencial democrático do *WhatsApp*, dessa forma, pode ser apropriado por inúmeros atores sociais de modo a organizar e articular redes de protestos, como diagnosticado no UCG. Nesta análise em questão, os mundos *online* e *offline* estão conectados, a saber: “a análise de como eles se relacionam, seja via atores *offline* que deflagram movimentos virtuais ou intervêm na comunicação virtual, seja nos momentos posteriores, quando a dinâmica política se desloca para outros espaços” (Sorj, 2016, p. 13) é pautada por práticas de intervenção que estão para além do mundo institucional, criando um “novo tecido democrático *online/offline*” (Sorj, 2016, p. 18).

Mas como surge o aplicativo móvel *WhatsApp*? Por que ele é considerado a “bola da vez” no mundo inteiro? O *WhatsApp* é um “aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS”.³ Foi criado em 2009 e teve seu auge em escala mundial no ano de 2012. Desde então, vem passando por várias atualizações nas suas funcionalidades. Em apenas quatro anos de existência ele cresceu mais que o *Facebook* e seus números de penetração em diferentes países aumentam exponencialmente (Gutiérrez-Rubí, 2015). Não por menos, em fevereiro de 2014, o *Facebook* anunciou a compra do aplicativo por 16 bilhões de dólares.⁴

³ Disponível em: https://www.whatsapp.com/?l=pt_br Acesso em: 02 de Maio de 2016.

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/criado-em-2009-whatsapp-cresceu-mais-rapido-que-facebook-em-4-anos.html> Acesso em: 04 de dezembro de 2016

Os usuários dessa tecnologia móvel podem enviar imagens, vídeos e documentos em PDF, fazer ligações sem custos desde que haja conexão com a internet. Dentre as funcionalidades, destacamos: conversa em grupos permitindo partilhar todo tipo de informação com os usuários inscritos (que é o canal investigado por este trabalho); a modalidade *WhatsApp Web*, que sincroniza conversas do dispositivo móvel para outro dispositivo, (ou seja, no computador pessoal é possível retomar as conversas presentes no aplicativo do celular); e a execução de chamadas de voz e de vídeo, podendo realizar até ligações nacionais e internacionais.⁵

Trata-se de uma ferramenta comunicacional que facilita a organização em grupo, é versátil, tem abrangência global e forte potencial para diversas formas de ação. Ainda podemos destacar a facilidade de relacionar, empoderar e promover a ação coletiva. E, não menos importante, tem uma reverberação crescente em diversas esferas da vida social, sendo usado em ambientes de trabalho, meio acadêmico, campo esportivo, esfera privada, campanhas políticas, movimentos sociais, e para qualquer outro grupo de pessoas afins.

Com a adesão enorme de usuários a esta rede de tecnologia móvel em todo o planeta, o Brasil seguiu o mesmo caminho: “A crescente penetração do WhatsApp, aplicativo de conversação para smartphones se fazia presente em 56% dos aparelhos móveis brasileiros em 2014” (Savazoni & Copello, 2016, p. 118).⁶ A expansão da tecnologia móvel aliada ao barateamento dos preços dos “smartphones” culminou em um maior acesso à rede virtual pela população brasileira (Hansen, 2016).

Gutiérrez-Rubí (2015) destaca que os grupos presentes no *WhatsApp* relacionam indivíduos construindo comunidade de interesses, mas que também promove ação autônoma e criativa dos usuários. Há o que o autor denomina de *mobile lifestyle*: comportamento social e individual que relaciona, empodera e promove ação coletiva e autônoma a partir do uso do *smartphone*. No nosso cotidiano, por exemplo, desde que saímos de nossos lares todos os dias vemos o quanto é comum ter algum indivíduo “clitando” a todo instante em seu celular.

Esse *mobile lifestyle* é percebido, por exemplo, nos grupos do *WhatsApp* ao aproximar pessoas com interesses comuns através da própria iniciativa individual que se inicia com o administrador do grupo. A saber, “por sua dimensão global e por seus mais

⁵ Disponível em: <https://www.whatsapp.com/features/> Acesso em: 03 de Dezembro de 2016.

⁶ No senso comum, a população brasileira rebatizou o aplicativo como “ZapZap”.

de 700 milhões de usuários em todo o mundo, o *WhatsApp* se revela, de forma esmagadora, uma ferramenta indispensável para a política” (Gutiérrez-Rubí, 2015, p. 9, tradução nossa).

O uso político do *WhatsApp* tem sido uma das marcas nas novas formas de ativismo online. Estudos mostram que o “baixo interesse por aplicações para celulares e tecnologias móveis não foi capaz até o momento de formar uma categoria própria” (Bragatto & Nicolás, 2012, p. 20). Além disso, “a crescente penetração do *WhatsApp* nos *smartphones*” (Savazoni & Copello, 2016, p. 118) tem crescido de forma exponencial na sociedade informacional do século XXI.

Radiografia do UCG

O “UCG” foi criado no dia 30 de Março de 2016 às 19:19 (horário de Brasília) por um usuário de Florianópolis em um período próximo à votação pela Câmara dos Deputados do pedido de impeachment contra a presidenta Dilma Rouseff. O grupo chegou a ter 256 usuários inscritos que, reivindicavam a volta de Rouseff à presidência.

No momento em que este texto era escrito, o UCG tinha cerca de 197 usuários, sendo aproximadamente mais de cem registrados no grupo com o DDD (+48)⁷. O número de usuários varia de um dia para outro, já que tanto podem entrar novos como sair antigos. No grupo, praticamente todos os números foram inscritos como administradores, o que permite adicionar novos integrantes e sinaliza uma organização de forma horizontal.

A grande maioria dos inscritos provém da região Sul do país, especialmente da cidade de Florianópolis, mas estando presentes ciberativistas de outras regiões e alguns do exterior. Houve então uma transnacionalização do grupo sem qualquer pretensão inicial para isso. O UCG é formado por um grupo heterogêneo de atores sociais, tais como: educadores, engenheiros, petroleiros, geólogos, médicos, psicólogos, psicanalistas, arquitetos, sindicalistas, estudantes universitários, dentistas, atores, poetas, cronistas, bancários, músicos, professores universitários, mestres, doutores e políticos.

Os integrantes do grupo se posicionam majoritariamente como defensores de uma ideologia de esquerda: se orientam basicamente para a promoção da igualdade

⁷ Esse DDD equivale a usuários da Grande Florianópolis e da região sul do Estado de Santa Catarina. Há também DDD (+47) e (+49) que equivalem a outras regiões do Estado.

entre os homens e para a mudança da ordem social. Bobbio (1994) explica que na esquerda percebemos o princípio do igualitarismo; o laicismo; a crítica das limitações ético-religiosas; a inexistência de conceitos absolutos de bem e mal; os interesses dos trabalhadores, que devem prevalecer sobre a necessidade de crescimento econômico; o antifascismo; e a identificação permanente com as classes inferiores da sociedade. A saber: “a conotação central da noção de esquerda apresentada por Norberto Bobbio é com a ideia de igualdade. Segue sendo usada no mundo político e tem que ser mantida” (Errejón & Mouffe, 2016, p. 131, tradução nossa).

Este pesquisador criou um *modus operandi* para qualificar o modo de ação do UCG baseado em sua “netnografia”. O grupo se uniu sob um projeto de esquerda formado por vários atores sociais. O florescimento das “paixões”, conforme visto, foi elemento-chave e se mostrou capaz de dar coesão ao grupo. Os ciberativistas criaram possibilidades de participar num coletivo e isso não envolveu uma solução necessariamente racional. Eles se uniram, mas reconheceram os direitos de outros usuários a exporem também seus pontos de vista sobre o contexto político brasileiro. Houve o dissenso, mas com uma base de consenso, princípios éticos e morais que foi essencial para se organizarem em conjunto.

O *modus operandi* do UCG não decorreu necessariamente de um projeto programático, mas simplesmente daquilo que as pessoas viveram de forma interativa e teve sua evolução de forma contingencial. O grupo surgiu com motivações, interesses e projetos de se unirem contra esta “direita que saiu do armário” (Messenberg 2016) e o início do governo Temer.

Para isso, utilizaram os dispositivos do *WhatsApp* para interagir socialmente, motivados pela indignação com a situação política brasileira e propelidos pelo entusiasmo de criar novos projetos de ações políticas que revelaram valores pró-democráticos. Um das questões fundamentais nesta pesquisa foi decifrar como esse *modus operandi* (Quadro 1) permitiu um espaço proveitoso para potenciais formas de participação política e aproximação de vínculos entre os usuários.

Quadro 1: Fatores estruturantes e Modus Operandi do UCG

Três motivações-chave para criação do grupo	Contexto político brasileiro que favoreceu a união do UCG	Criação do Grupo no WhatsApp	Resultado: <i>Modus operandi</i> UCG
<ul style="list-style-type: none"> - Parlamentares conservadores - Mídia tradicional parcial - Judiciário Espetacularizado 	<ul style="list-style-type: none"> - Impeachment de Dilma Rouseff; - Início do Governo Temer; - Cortes drásticos no orçamento das políticas sociais, redução de benefícios, destituição de direitos, seja no mundo do trabalho, seja nas políticas sociais e nos serviços públicos; - Medidas anti-sociais como a aprovação da PEC 241 ou PEC 55; - Não legado de Junho de 2013. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interações via postagens a um custo reduzido e de forma interativa; - Convocação de protestos, a partir do cruzamento <i>online</i> (WhatsApp / off-line (ruas)); - Espaço coletivo de articulação; - Inserção da política na prática cotidiana; - Paixão como elemento irracional que permitiu maior coesão ao grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Processo organizativo na forma de redes, onde os ciberativistas: identificam problemas; compartilham informações; convocam protestos; buscam soluções conjuntas; e ainda desenvolvem formas de solidariedade para garantir o respeito ao direito de outros usuários exporem seus pontos de vista. Sua organização descentralizada é basicamente formada por diversos participantes que não reconhecem uma liderança formal

Fonte: Elaboração do autor.

Já nas entrevistas, traçamos informações diversas, onde colocamos as experiências subjetivas como parte da redação e buscamos um significado comum entre as entrevistas realizadas e a “netnografia” deste pesquisador “seguindo os atores” do UCG, desde o momento de seu ingresso. A partir daí, entramos em contato mais profundo com as informações disseminadas no grupo. A opção por entrevistas semi-estruturadas se justifica por qualificar a análise de trajetórias dos ciberativistas juntamente com sua intensidade da participação política no *WhatsApp*, a partir de suas percepções e motivações, além de mapear os repertórios de atividades desempenhadas por eles desde seu início no meio virtual até sua repercussão no meio *offline*.

Dessa forma, foram exploradas questões do tipo “como o uso do *WhatsApp* mudou o perfil de atuação na política” e, “se houve uma maior participação na política a partir do incremento desta ferramenta ou não”. Para responder a estas perguntas, as entrevistas⁸ proporcionaram aos ciberativistas refletirem sobre seu uso político do *WhatsApp*. Por meio de um roteiro semi-estruturado, buscou-se evidenciar a interpretação de suas motivações para participarem da vida política, a partir dos conteúdos valorativos expressos no discurso dos entrevistados. Procurou-se, então, “ouvir” os sujeitos investigados, frisando o sentido subjetivo que os atores sociais dão às suas próprias ações.

Dentre os entrevistados temos engenheiros agrônomos, estudante de história, aposentada, ativista política, psiquiatra, pedagogo, empresária, jornalista, dentista, candidatos a vereadores, graduando de design, consultora em relações internacionais. Utilizamos a técnica de recrutamento *snowball* e garantimos uma elasticidade nas entrevistas realizadas quanto ao nível de participação dos entrevistados. Assim, nosso esforço foi pontuar os principais aspectos enumerados pelos ciberativistas, procurando costurar os pontos chave apresentados no roteiro.

A maioria dos entrevistados tem pós-graduação ou pelo menos uma graduação e no geral a média é de 3 a 5 salários mínimos como renda mensal familiar, ocupando distintos cargos de trabalho. Dentre eles, temos ciberativistas jovens e também mais velhos⁹. Não há uma data específica para entrada de cada um no grupo, variando de um ciberativista para o outro: eles ingressaram no intervalo de Abril a Julho de 2016.

As principais motivações para participarem do UCG foram: indignação com a realidade política brasileira, luta pelos valores democráticos, reunião de pessoas contra o impeachment da presidenta Dilma Rouseff, ação prática permitida pelo *WhatsApp*, encontro de pares, desespero perante o governo Temer, sentimento de pertencimento a uma causa, compartilhamento de informações não veiculadas pela mídia tradicional, preocupação com a ascensão de ideias profacistas em todo o território brasileiro, debate sobre soluções para a crise política, informações sobre os protestos. Vimos então

⁸ Optamos por realizar 15 entrevistas, seguindo o recrutamento via “snowball” e de alguma forma este número foi suficiente para interpretar o “modo de agir” do UCG e, por isso, decidimos encerrar a “bola de neve” na entrevista de número 15, permitindo a viabilidade da pesquisa. As entrevistas foram gravadas por este pesquisador.

⁹ Não houve a possibilidade de tracarmos o perfil dos atores do grupo inteiro, uma vez que entrevistamos apenas quinze usuarios.

um ecletismo de justificativas, mas com um sentimento comum de “tomar parte de algo”, “integrar”, “vontade coletiva de agir”, “construir”, “existir no mundo” expressando, ao fim e ao cabo, o desejo de “unir-se contra o golpe”.

O *WhatsApp* ajudou a divulgar informações que não estavam sendo cobertas pela mídia tradicional. Para eles, o UCG tratou sobre questões relevantes da política, um grupo auto-avaliado como crítico do cenário político brasileiro, mais do que simplesmente expressar apenas opiniões alheias e “achismos”. Um entrevistado afirma: “o UCG consegue ter uma maior visibilidade de como as pessoas enxergam a política brasileira. Os usuários do grupo usam o diálogo como forma de fortalecimento do grupo”.

Do grupo, surgiram novas redes de conexões via *WhatsApp*, a partir da formação de novos grupos. Em seguida, realizaram também links com o *Facebook*. Um das questões elencadas por praticamente todos entrevistados é o desuso do *Twitter*, embora revelarem fazer seu uso quando fossem convocados para o que se convencionou chamar “tuitaço”.¹⁰ Segundo um dos entrevistados, “o *Twitter* não estou usando, não está mais na moda”.

Os entrevistados revelaram que o uso do *WhatsApp* facilitou a formação de opiniões e reflexões sobre política. Talvez seja este o diferencial desta TIC frente ao *Facebook*, uma vez que o recrutamento de pessoas por esta plataforma é mais veloz e a troca de informações mais instantânea: o fato de imagens, vídeos e notícias em geral serem compartilhadas de maneira rápida resultou em um considerável efeito político na opinião de alguns entrevistados.

Vários ciberativistas comentaram que o *WhatsApp* mudou a forma como se vê a política, devido à difusão ágil da informação, conforme esta afirmação: “às vezes no ato não conseguimos ter contato com os outros usuários. Vemos as bandeiras, os cartazes e não há oportunidade para o diálogo, quando voltamos para o *WhatsApp* podemos discutir um tema que não houve espaço para debatê-lo no protesto”.

Os entrevistados ressaltaram que há uma melhoria incondicional na disseminação de notícias: o muitos-para-muitos no *WhatsApp* têm um caráter mais efêmero e obrigatório do que no *Facebook*: “no sentido de que se no *Facebook* você

¹⁰ Manifestação feita pela publicação maciça de tuites para protestar, geralmente por motivos políticos. Disponível em > <http://noticias.band.uol.com.br/brasil/noticia/100000799934/tuita%C3%A7o-pedem-ren%C3%Bancia-de-michel-temer.html> Acesso em 10 de Fevereiro de 2017.

pode escolher as pessoas que irão ler suas postagens, no grupo do *WhatsApp* assim que é postada uma mensagem, todos os usuários inscritos obrigatoriamente irão ler.” Um dos entrevistados salientou que se não tivéssemos este cenário de TIC’s, a situação do país poderia ter sido ainda pior.

Visitar páginas no *Facebook*, criar eventos dentro de uma comunidade são algumas das atividades listadas que os usuários do UCG puderam fazer a partir do *WhatsApp*. Um deles ressaltou ainda que criou uma página no *Facebook* a partir do que vinha sendo debatido no grupo do *WhatsApp* e revelaram acompanhar mais o grupo do *WhatsApp* do que propriamente o *Facebook*.

Um entrevistado comentou que, ao divulgar protestos no UCG, ele ainda oferece carona para o ciberativista que quiser acompanhá-lo como forma de motivar outras pessoas a participarem de manifestações convocadas pelo grupo. Vimos que o caminho *online/offline* é ambíguo: por um lado, relataram situações em que estiveram com uma pessoa do seu lado com quem conversa no mundo *online*, mas que no mundo real não foi possível identificar; de outro, reconheceram que há interação no protesto, facilitada, sobretudo, pela convocação que se inicia no meio *online*.

Vários entrevistados salientaram a formação de lideranças no grupo, conferindo esse título às pessoas que mais postam mensagens e organizam as atividades do UCG, embora reconheçam que tais lideranças não se veem como líderes. Uma das ciberativistas identificou que participa de outros grupos que se originaram do UCG: “Eu participo de um grupo de confecção de material e cartazes e de um grupo de leitura que se originaram do grupo mãe.”

Diagnosticamos também que, no momento da entrada de um usuário no grupo, subitamente o novo integrante é transformado em administrador do grupo, tendo a opção de adicionar novos usuários caso assim o queira. A partir daí, foi criada uma lógica em que todos passaram a ser administradores do grupo. Cada usuário contribuiu de alguma forma com o fortalecimento dos laços sociais no UCG, seja com conhecimento, leitura ou reflexões sobre as informações postadas. Foi bastante citado pelos entrevistados o fato de postarem informações do jornalismo independente “Mídia Ninja”, como uma capacidade de contra-informação dos veículos da mídia tradicional.

Não houve um caráter programático a ser seguido, além de ser livre a expressão de cada um no grupo. Este talvez seja o maior diferencial do UCG na sua forma de

atuação. Se nosso dia tem apenas 24 horas e é cada vez mais acelerado, a forma de utilizar o *WhatsApp* que os ciberativistas encontraram foi peculiar, pois, além de participarem das atividades do grupos, combinaram responsabilidades pessoais e profissionais com a possibilidade de aproximar a participação política à vida cotidiana.

O UCG mostrou que o virtual e o real estão conectados em único mundo. Significa dizer: um modo novo de promover interação e de circular um mutirão de informações no grupo do *WhatsApp*. Mais ainda: “os cidadãos comuns no centro dos debates, das iniciativas e das práticas. Isso aproxima o ativismo social e a cidadania ao mundo da vida e das experiências vividas pelas pessoas” (Bringel & Pleyers, 2015, p. 15).

Os principais motivos que o levam os integrantes do UCG a participarem da política é o desejo de um futuro melhor; muitos declararam participar desde muito jovens do mundo político. Embora reconheçam ter uma participação assídua, afirmaram que a política deveria oferecer mais canais para participação. Vários ciberativistas começaram a fazer o uso do *WhatsApp* depois de 2013, como também revelaram participar de outros grupos políticos na plataforma móvel.

Um dos pontos chaves destacados por um de nossos entrevistados é capacidade de o *WhatsApp* propor um mecanismo inverso de participação, qual seja: “se no momento do protesto não houve tempo ou oportunidade para as pessoas expressarem suas opiniões entre elas, terminado o momento *offline* do encontro, elas podem retomar suas pautas de discussão na dimensão *online* do *WhatsApp*”. Desta forma, foi destacado um caminho *offline/online* como um dos estilos próprios criado pelo grupo.

Um dos ciberativistas revelou usar o *WhatsApp* sempre para fins políticos e declara participar também de outros grupos desta ferramenta. Avalia que o UCG é um grupo eclético e que se inicia no âmbito local da cidade de Florianópolis e toma proporções internacionais. Vimos que houve uma transnacionalização do grupo ao obter a adesão de outros usuários de diferentes localidades do Brasil e também no exterior, para além da esfera local.

O *modus operandi* de se organizar foi de fundamental importância para difundir informações não veiculadas pela mídia tradicional, fato também filtrado pelas postagens no mês de setembro de 2016. Esta plataforma permitiu dar voz a um público que não encontrou seu espaço em canais tradicionais. Isso foi um fator preponderante para

motivação de vários participantes do grupo, ao promoverem uma reunião de pessoas que compartilhavam um interesse político comum, por mais que existissem divergências explicitadas durante esta integração, conforme apontou algumas vozes dos entrevistados. Significa dizer: os usuários do UCG compreenderam “a democracia em um sentido ampliado, não como sinônimo de instituições, representação ou eleições, mas com uma criação sociopolítica e uma experiência subjetiva” (Bringel & Pleyers, 2015, p. 12).

A “capilaridade” do grupo é outra característica fundamental. Por meio do caráter instantâneo, no momento em que os usuários recebiam informações do UCG, encaminhavam as postagens recebidas para outros grupos, o que fazia com que o conteúdo ali divulgado fosse disseminado para um alcance imensurável de outras redes de usuários, conforme sinaliza este entrevistado:

Encontrei os meus pares no UCG. Aqui no Sul a maioria é de direita. Então você se sente muito solitário. Família, Rua, Grupo de amigos é coxinha para todo lado. Risos. Então fico muita solitária mesmo e me sinto acompanhada por este grupo. Encontrar seus semelhantes é um instrumento útil do Whats. Além de ser uma forma barata de massificar a informação. Apesar dos usuários não se conhecerem pelo WhatsApp, quando eles iam no atos se encontravam. Combinamos de usarmos algo vermelho como uma fitinha, por exemplo, para nos identificarmos nos protestos. No entanto, cada um se manifesta de forma livre no grupo, então às vezes ocorre desentendimento entre os usuários, e eles se retiram e depois alguém vai buscá-lo e insere o número de volta. Fato curioso do UCG. Eu já encontrei um ex-integrante do grupo. Ele saiu porque não consegui ler o mutirão de informações que eram postadas diariamente. Mas mesmo sabendo disso, eu não quero ficar sozinha. Quando penso em apertar o botão para sair do grupo, eu reflito melhor, e decido por permanecer no UCG. O papel do Whats é de organizar os que pensam igual e querem mudar algo. Se eu não estivesse no grupo estaria mais triste, mais isolada. Tive vivências no grupo que experimentei ações que não as viveria se não estivesse ali. Foi uma nova forma de viver a política. (Entrevista nº 6)

Mais ainda: talvez a forma de ver a política tenha continuado a mesma para os entrevistados, mas eles ressaltaram que o UCG mudou a forma como “fazem a política”, no sentido de que o recrutamento para protestos, a disseminação instantânea das informações e organização de atividades são feitas numa velocidade que satisfaz a globalização da comunicação no século XXI.

Considerações finais

O uso do *WhatsApp* como plataforma para participação é um desafiador objeto de pesquisa, já que provoca alterações nos estilos de vida contemporâneos e abre espaço para uma abordagem teórica multidisciplinar. Este artigo explorou metodologias ainda incipientes. Nosso trabalho mostrou que os ciberativistas investigados construíram e mantiveram laços de articulação criados no momento de interação do UCG. Percebemos uma evolução do nível de proximidade dos ciberativistas desde que o grupo foi criado, em Abril de 2016. De alguma forma, este grupo do *WhatsApp* apresentou diversas maneiras de expressar as “paixões” (Mouffe, 2016), a partir do momento em que foram capazes de formular suas próprias enunciações, passíveis de serem aceitas ou contestadas pelos outros usuários, de incendiar os debates e participar de forma interativa no grupo, tendo em mente que o caráter plural do dissenso é inerente ao trato da política.

No momento em que se discute o que é “reinventar a política” no século XXI, estes ciberativistas nos deixam pistas: foram *challengers* ao desafiar as maneiras de pensar a política para além dos canais institucionais e participaram ativamente de discussões realizadas no UCG e, portanto, realizaram um simples exercício de aproximar a política ao seu cotidiano. Mais do que isso: demonstraram adquirir “energia niveladora, democrática, ingrediente indispensável para mudanças” (Mouffe & Errejón, 2016, p. 54), qual seja: foram para as ruas, convocaram protestos, disseminaram informações ignoradas pela mídia tradicional, confeccionaram camisetas do grupo, organizaram inúmeras atividades. Ao fim e ao cabo, criaram um *modus operandi* UCG, enquanto seres políticos. A imprevisibilidade, as mudanças e as transformações que este grupo percorreu serviram como suporte para o surgimento de relações sociais ali aprofundadas.

Tecemos, portanto, uma investigação sobre o impacto político do uso do *WhatsApp*, analisando o caso do UCG na cidade de Florianópolis no Brasil. A democracia brasileira, como outras democracias mundo afora, tem se mostrado de forma caricatural e muito distante da energia dos movimentos que emergem nas ruas convocados pelas redes sociais virtuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Sérgio (2016). É possível a internet alavancar novos canais de participação política? *Revista Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, v. 8, n. 13, junio, pp. 44-58.

BARBOSA, Sérgio. (2017). WhatsApp e política: novas formas de ciberativismo em Florianópolis. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis.

BOBBIO, Norberto. (1995) *Direita e Esquerda: razões e significados de uma distinção política* Editora Unesp: São Paulo.

BRAGATTO, R. C & NICOLÁS, M. A. (2012) *Internet e Política em análise: levantamento sobre o perfil dos estudos brasileiros apresentados no Brasil entre 2000 e 2011*. Trabalho apresentado no GT 04 Ciberativismo, Ciberpolítica e Cibercultura, no XXXVI Encontro Anual da ANPOCS, Águas de Lindóia, São Paulo.

BRINGEL, Breno & PLEYERS, Geoffrey (2015). “Junho de 2013... dois anos depois: polarização, impactos e reconfiguração do ativismo no Brasil”. *Nueva Sociedad*, nov./dez., pp. 4-17.

CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de & REIS, Fernanda Teixeira (2012). *Participação política no Brasil no século XXI: mudanças e continuidades*. *Teoria & Pesquisa Revista de Ciência Política*, vol. 21, n. 2, pp. 20-33, jul. /dez.

EISENBERG, José. (2015) *Ciberativismo*. In: GIOVANNI, Geraldo Di & NOGUEIRA, Marco Aurélio (Org.). *Dicionário de Políticas Públicas*. 2v. São Paulo: Fundap / Imprensa oficial.

ERREJÓN, Íñigo & MOUFFE, Chantal (2016) *Construir pueblo: Hegemonía y radicalización de la democracia*. Barcelona: Icaria.

GERBAUDO, Paolo (2012). *Tweets and the streets Social Media and Contemporary Activism* London, UK: Pluto.

GERBAUDO, Paolo (2014). The persistence of collectivity in digital protest. *Information, Communication & Society*, 17(2), pp. 264-268.

GERBAUDO, Paolo (2016). Rousing the Facebook Crowd: Digital Enthusiasm and Emotical Contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain. *International Journal of Communication*, 10, pp. 254-273.

GERBAUDO, Paolo (2017). *The mask and the flag: Populism, Citizenism and Global Protest* London: Oxford University Press.

GERBAUDO, Paolo (2017a). The indignant citizen: anti-austerity movements in southern Europe and the anti-oligarchic reclaiming of citizenship. *Social Movement Studies*, 16:1, pp. 36-50.

GERBAUDO, Paolo (2017b). Social media teams as digital vanguards: the question of leadership in the management of key Facebook and Twitter accounts of Occupy Wall Street, Indignados and UK Uncut. *Information, Communication & Society*, 20(2), pp. 185-202.

GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni. (2015) *La política en tiempos de WhatsApp*. Espanha: El país libros.

KIES, Raphaël. (2010). *Promises and Limits of Web-Deliberation*, New York: Palgrave Macmillan.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. (2011). “Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política”. In: Maia, Rousiley et al (org.s) *Internet e participação política no Brasil*, Porto Alegre: Sulina.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro (2011). Aspectos teórico-metodológicos do processo comunicativo de deliberação online. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 6, Julho-Dezembro pp. 19-40.

MOUFFE, Chantal (2016) *La paradoja democrática*. Madrid: Gedisa editorial.

PENTEADO, Cláudio Luiz Camargo; ARAÚJO, Rafael de Paula Aguiar & SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos. (2015). Democracia digital e experiências de e-participação: webativismo e políticas públicas. *Histórias, Ciências, Saúde - Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 22, supl., dez., p. 1597-1619.

PEREIRA, Marcos Abílio (2012). Movimentos sociais e democracia: a tensão necessária. *Revista Opinião Pública*, vol. 18, nº 1, Junho, pp. 68-87.

SORJ, Bernardo. (2016). Online/off-line: o novo tecido do ativismo político. In: SORJ, Bernardo & FAUSTO, Sergio. *Ativismo político em tempos de internet*. São Paulo: Edições Plataforma Democrática.

MOBILIZAÇÃO DE PESSOAS EM GRUPOS VIRTUAIS: O PAPEL DAS LIDERANÇAS

DAVI BARBOZA CAVALCANTI

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE),

Brasil. E-mail: davi.barboza@hotmail.com

BRENO FONTES

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE),

Brasil. E-mail: brenofontes@gmail.com

Resumo

Este artigo expõe os resultados de uma pesquisa empírica com um grupo brasileiro organizador de mobilizações sociais. Buscando responder “de que maneira os internautas são mobilizados pelos líderes de um grupo virtual para reivindicar o direito à cidade e para discutir política?”, foi feito um estudo de caso do grupo Direitos Urbanos/Recife (DU) no *Facebook*. As análises tiveram como referencial teórico-metodológico a Análise de Redes Sociais (ARS) e a Teoria do Discurso. Entre os resultados obtidos destacam-se a (I) tendência a qual os membros do DU têm de se relacionar com pessoas de círculos sociais parecidos e (II) a identificação das principais ações do grupo para mobilizar internautas. A temática é relevante por abordar desafios contemporâneos do ciberativismo e novos movimentos sociais, como a Primavera Árabe, o Indignados, os Ocupas e as manifestações nacionais de junho de 2013 e antigovernamentais de 2015/2016.

Palavras-chave: Facebook; ciberativismo; ação coletiva; análise de redes sociais; teoria do discurso

Abstract

This article presents the results of an empirical research with a Brazilian group organizer political mobilizations. Seeking to answer “how Internet users are mobilized by the leaders of a virtual group to claim the right to city and to discuss politics?”, it was made a case study of Direitos Urbanos/Recife (DU) on Facebook. The analysis had as theoretical framework the Social Network Analysis (SNA) and the Theory of Speech. Among the results stand out (I) the trend which DU members have to relate to people of similar social circles and (II) the identification of the main actions to mobilize internet users. The theme is relevant for addressing contemporary challenges of cyber-activism and new social movements, like the Arab Spring, the Indignados and national events of June 2013 and 2015/2016.

Keywords: Facebook; cyberactivism; collective action; social network analysis; discourse theory

As sociabilidades virtuais glocalizadas na metrópole: experiências do ativismo cibernético do grupo Direitos Urbanos no Recife

1. Introdução

De que maneira as pessoas são mobilizadas pelos líderes de um grupo virtual para reivindicar o direito à cidade e para discutir política? Este trabalho busca responder à questão proposta a partir de um estudo de caso com o grupo Direitos Urbanos (DU) no *Facebook*, o qual conta com mais de 31 mil membros e é responsável por discutir e articular várias mobilizações no Recife, a exemplo do #OcupeEstelita 2014.

Metodologicamente, combinaram-se a Análise de Redes Sociais (ARS) e a Teoria do Discurso (TD) de Laclau e Mouffe para analisar o DU. Desse modo, a ARS (Molina, 2011) foi aplicada para identificar as relações estabelecidas entre os atores mais centrais do DU no *Facebook*; enquanto a TD para compreender e analisar essas relações.

A temática é relevante por abordar desafios contemporâneos da internet e dos novos movimentos sociais, como a Primavera Árabe e os Ocupas (Ali et al., 2012). Neste trabalho, interessa-nos colocar questões que nos permitam construir instrumentos analíticos para pesquisas sobre o ciberativismo. Para alcançar tal objetivo, este artigo está organizado da seguinte maneira: (2) movimentos sociais em rede, (3) revisão da literatura, (4) estudo de caso e (5) considerações finais.

2. Movimentos sociais na sociedade em rede, como investigá-los?

Parte importante do ativismo social contemporâneo tem se caracterizado por fazer uso da Internet como veículo para pôr em prática as suas bandeiras de luta. Diferentemente das práticas anteriores à Internet, nas quais os processos de mobilização e organização centravam-se nas articulações intermediadas por contatos face a face, propaganda impressa ou, eventualmente, veiculação pela mídia tradicional (escrita e televisiva), os movimentos contemporâneos têm por veículo importante as plataformas

de comunicação na web. Alguns pontos são importantes para a análise desse fenômeno, a seguir descritos.

Temos, em primeiro lugar, o fato de que o *conditio sine qua non* para a ocorrência de ações coletivas mediadas pela Internet é naturalmente o acesso às facilidades da web. Conhecido por *exclusão digital*, esse fenômeno em sua concepção mais estreita indica as condições socioeconômicas, de um lado, mas também tecnológicas de acesso à rede, de outro. O processo de acesso cada vez maior à rede é bastante particular em diversas regiões do planeta. Para o caso brasileiro, chama a atenção, no caminhar dos anos 2000, a popularização dos *smartphones* e das contas pré-pagas que tornaram possível o acesso à quase totalidade da população.

O segundo ponto importante a considerar é o fato de que a imensa maioria dos usuários da Internet não é constituída de ativistas políticos. Fazem uso das facilidades da web para jogos, consultar e-mails ou interagir nas redes sociais. Alguns autores, como Min (2010), sugerem que esse fenômeno pode ser também designado de exclusão digital de segundo nível, associado com motivações e habilidades para o uso da Internet. Outros atores têm outra opinião: acreditam que o ativismo digital implica em variáveis bastante próximas àquelas que explicam as práticas de participação em movimentos sociais não ancorados na web, como campos de sociabilidades e estruturas reticulares, fatores psicológicos e cálculo de oportunidades para a ação.

O que nos leva ao terceiro aspecto relevante: que as práticas de ativismo social ancoradas da web têm algumas características similares àquelas encontradas em campos de interação *off-line*, mas que apresentam também algumas características particulares. Em um inventário feito sobre práticas de movimentos sociais e Internet, Van Laer (2010) descreve as principais práticas observadas desses movimentos. Utilizando-se da definição de Diani (1992) sobre movimentos sociais, Van Laer aponta dois ingredientes fundamentais a qualquer movimento: a rede de interações dos atores, de um lado, e o engajamento político, de outro.

Assim, o ativismo em rede apresenta algumas peculiaridades, que inclusive se apresentam como complicador para um estudo empírico. Devemos considerar que existem níveis de participação política, e que o ativista, em tese, seria aquela pessoa que ocupa seu tempo com maior intensidade nas tarefas do movimento, ou até exerce posições de liderança, com capacidade de influenciar na agenda do grupo e recrutar

seguidores. Tais aspectos são passíveis de serem verificados a partir de instrumentos tradicionais na pesquisa social, como entrevistas, questionários e observação direta (Kozinets, 2011).

Por último, o ativismo digital também potencializa um fenômeno que recentemente tem tomado a atenção dos cientistas sociais: as práticas locais que repercutem para além do território de atuação, produzindo efeitos políticos mais amplos. A expressão *glocalização*, neologismo que indica a combinação variada de efeitos comunicativos a nível local e global, designa esse fenômeno.

3. Redes sociais e ação coletiva, uma ideia preliminar

A Internet é muito importante para se compreender a interação entre indivíduos na contemporaneidade, que se organizam reticularmente para a prática da vida cotidiana, estabelecem contato com pessoas de outras cidades, consomem notícias e participam de grupos de comunicação, como *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram*. Mas o que seriam essas redes? Uma rede pode ser interpretada como uma metáfora para se observar padrões de interação entre pessoas e sua inserção em círculos sociais, podendo ser vista a partir de laços entre de dois indivíduos, “os atores (pessoas, instituições ou grupos; os *nós* da rede) e as suas conexões (interações ou laços sociais)” (Recuero, 2009, p. 24).

A teoria de redes é vasta (Christakis, 2009; Fontes, 2012; Scott, 2000; Thacker, 2004; Watts, 2006) e uma revisão crítica dela, por meio de estudos da estrutura e dos laços estabelecidos entre atores, pode nos ajudar a compreender a ação de grupos políticos - que passa pela mobilização de recursos e pela coordenação de esforços.

Redes são consideradas neste trabalho como complexas, instáveis e plásticas. E, contrariamente ao que muitos afirmam, são extremamente heterogêneas. As posições dos indivíduos em uma estrutura reticular dificilmente são horizontais. Entre outras características, Barabási (2009) aponta que há uma distribuição de forças desiguais na articulação de redes, indicando que a posição central de um ator determina a chance de ter mais ou menos acesso a recursos. Oliver (1989), por sua vez, defende que a centralidade da rede pode ser benéfica para a ação coletiva, devido à capacidade dos

líderes de movimentos sociais de ser seletivos na escolha dos alvos para a organização, ou seja, à habilidade de concentrar seus esforços na mobilização de indivíduos cujas contribuições (recursos) são o maior potencial.

Nessa linha de raciocínio, uma organização bem sucedida, o que interessa à discussão, seria mais uma questão de “quem você pode mobilizar” do que “quantas pessoas você consegue reunir”. Diante dessas ponderações, duas características são fundamentais para se estudar o tema redes no que se refere aos movimentos sociais na era da informação: os laços sociais do grupo e a *centralização* (na medida em que as redes complexas são centralizados em poucos indivíduos).

3.1 Desafios para a mobilização

Varanda et al. (2015) apontam para uma tensão existente, numa rede social, entre a mobilização e a coordenação, forças presentes e com grau de importância, maior ou menor, na ação coletiva. A literatura aponta que, mesmo com objetivos únicos, ou talvez idênticos, apenas um coletivo de indivíduos não é suficiente para promover a ação coletiva (Olson, 1971), que depende de fatores como a capacidade de mobilização de recursos, os custos, o empenho dos atores envolvidos na ação e um discurso sólido e convincente. A falta de um desses requisitos já pode gerar obstáculos à mobilização.

Assim, Varanda et al. explicam que na fase de planejamento da ação coletiva é necessário mobilizar recursos (humanos e financeiros, por exemplo) para o sistema social se abrir ao exterior. É nesse momento que os laços fracos (Granovetter, 1973) têm papel fundamental, pois a capacidade de *bridging/brokerage* dos mesmos, isto é, de fazer ligações com o exterior, vai permitir a abertura para o sistema social - com o acesso a recursos potenciais, tais como informações e ideias (muitas vezes até desconhecidas) - e a indivíduos com as mais variadas formações. Sem a existência dos laços fracos, portanto, diferentes *clusters* (grupos sociais reduzidos, também conhecidos como “panelinhas”) presentes numa rede não teriam acesso aos recursos dos outros.

Em contrapartida, um sistema social com maior capacidade de coordenação é composto por “redes coesas”, as quais os atores estão ligados entre si por laços fortes. O risco de sanções nessas redes é mais elevado à medida que os custos de não respeitar as regras são maiores. O problema é que a coesão pode implicar também na diminuição da

capacidade de *bridging/brokerage* de um sistema social ou *cluster*, pois, como vimos, os laços fracos são fundamentais para a disseminação da inovação. O resultado: quanto menos laços fracos existirem num sistema social estruturado em *clusters*, menos *bridges* e menos inovação. Portanto, uma relação harmoniosa entre a coordenação e a mobilização é que permite o sucesso de um sistema social, tal como o DU.

Outro fator bastante importante para a nossa análise diz respeito ao lugar da liderança na mobilização dos recursos necessários à ação coletiva. Empiricamente, nota-se que, com uma liderança competente, as pessoas se sentem estimuladas e mais dispostas a arriscarem. Contudo, há vários movimentos contemporâneos bem sucedidos que ganharam repercussão mesmo sem a existência de lideranças formais (aquelas que não fazem parte de uma estrutura rígida e verticalizada, a exemplo das do *Occupy Wall Street* e Indignados). Porém, realmente há grupos sem lideranças? A literatura de rede a qual compartilhamos é clara ao defender que não existem sistemas sociais sem atores centrais (Barabási, 2009); pode, sim, haver uma busca pela horizontalidade, mas esta nunca será completa. Por isso este artigo foca no estudo das lideranças (Ganz, 2008), numa tentativa de se compreender o papel e relevância de atores centrais.

3.2 Os significados da ação a partir dos protagonistas: a Teoria do Discurso

Para ajudar na interpretação das relações sociais este *paper* uniu a ARS à Teoria do Discurso (TD). Afinal, como alertam Ferreira e Fontes (2014), a ARS, quando limitada apenas ao exame fluxos interativos entre atores, pode resultar em generalizações abusivas, pois dessa maneira ignora os conteúdos das relações, tarefa em que a TD pode ajudar a esclarecer (Hollstein, 2011; Jørgesen & Phillips, 2002; Laclau & Mouffe, 1987).

A TD propõe aos pesquisadores de movimentos sociais uma reflexão política sobre a circulação e articulação de significados, respondendo a algumas das questões deixadas em aberto pela Teoria de Redes. Uma dessas respostas é “a percepção de que a realidade social é constituída de significados, de sentido, e não apenas de padrões” (Fontes & Ferreira, 2014, p.22). Segundo Howard (2005), um dos objetivos centrais da TD é esclarecer os objetos de estudos problematizados, “mediante sua descrição, compreensão e interpretação” (id, p.43).

4. Os territórios urbanos e os campos de luta glocalizados: a experiência do DU

Desde 2012 o movimento *on-line* Direitos Urbanos vem crescendo no Recife. De grupo restrito, onde poucas pessoas discutiam e participavam, tornou-se com o passar do tempo um dos principais espaços para se ler e escrever acerca dos problemas e destinos do município. Com mais de 31 mil membros, o grupo atualmente discute e articula várias mobilizações, a exemplo do #OcupeEstelita, movimento que alcançou repercussão mundial ao combater a construção de 12 torres no Cais José Estelita, área situada no centro do Recife.

A visibilidade deste grupo, que ultrapassa os limites do território da cidade onde atua, é uma das características mais intrigantes das práticas contemporâneas de ação coletiva mediadas pela comunicação *on-line*, o que permite a mobilização de um grupo considerável de pessoas e a extensão de sua visibilidade para níveis globais. De fato, o exemplo mais interessante desta *glocalização* é o Ocupe Estelita, cujas discussões viajaram pelo globo e pessoas de várias partes do mundo aderiram ao movimento, trazendo experiências de renovação urbana de cidades da Europa, Estados Unidos e Ásia. Inspirados de certa forma nas ações ocorridas no Recife, pessoas de outras partes do País se mobilizaram – e ainda se mobilizam - contra a especulação imobiliária e a gentrificação.

A experiência do DU é aqui resgatada a partir de um estudo empírico que se orienta a partir de duas questões centrais: (I) o papel das lideranças e (II) as articulações para a mobilização. Essas questões serão trabalhadas a partir de informações recolhidas durante a pesquisa de campo: questionário e entrevistas semiestruturadas com líderes do movimento e levantamento direto de informações na página do DU a partir de ficha pré-codificada.

O levantamento de dados ocorreu em dois momentos. No primeiro se observou durante 30 dias (de 15 de julho a 13 de agosto de 2015), através de uma ficha pré-codificada, a dinâmica da página do grupo do DU no *Facebook*. Durante esse período, foram separadas as cinco postagens por dia com maior número de curtidas, verificando pontos como: (I) assunto do post, (II) maneira como está exposto, (III) número de curtidas, (IV) autor do post e (VI) horário do post.

Num segundo momento foram realizadas entrevistas semiestruturadas com seis moderadores/ex-moderadores do DU (considerados previamente “líderes” do grupo) selecionados através da técnica de amostragem não probabilística Bola de Neve (*snowball*). Aos seis possíveis “líderes” do DU também se aplicou um questionário fechado, dividido em duas partes. A primeira recolheu informações socioeconômicas

dos líderes, enquanto a segunda dados acerca dos internautas com os quais esses atores centrais mais se relacionavam. O objetivo geral do questionário foi identificar as redes primárias dos moderadores/ex-moderadores dentro do DU, verificando medidas de centralidade da ARS (que mensuram, entre outras coisas, a localização estratégica e a influência de um determinado ator numa rede).

A partir de agora se iniciam os resultados empíricos da pesquisa. Entre 15 de julho e 13 de agosto de 2015 foram realizadas 958 postagens na página do DU no *Facebook*, média de 31,93 por dia. O dia da semana com maior média de postagens foi a quinta-feira (37 *posts*), enquanto o menor foi domingo (23 *posts*). Os números mostram que o DU é mais ativo durante a semana. As 150 postagens analisadas do DU nesta pesquisa receberam juntas 20.411 curtidas, média de 136,07 curtidas por cada. A faixa de horário que concentrou o maior número de postagens foi a tarde, entre as 12h01 e 18h.

A escolha dos moderadores/ex-moderadores do grupo que apresentavam perfis de liderança foi feita através da Bola de Neve, como mencionado, a partir da informante privilegiada Apau (os nomes das pessoas foram deliberadamente omitidos, substituídos por apelidos), escolhida por ser uma participante bastante presente na página do DU no *Facebook*, ser fundadora do grupo e ser um dos membros que representa o movimento em entrevistas à imprensa.

Tabela 1 - Os moderadores e ex-moderadores entrevistados do DU						
Nome/Apelido	Ctav	Lalv	Apau	Merl	Nfau	Clac
Sexo	Masculino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Feminino
Idade	50 anos	30 anos	54 anos	31 anos	49 anos	36 anos
Nível de escolaridade	Superior completo	Superior completo	Superior completo (com doutorado)	Superior completo (mestrando)	Superior completo	Superior completo (com mestrado)
Posição política	Progressista	Progressista	Progressista	Progressista	Progressista	Progressista
Classe social	Média	Média alta	Média	Média	Média	Média alta
Renda mensal da família (com salário mínimo a R\$ 788)	4 a 10 Salários mínimos	10 a 20 SM	4 a 10 SM	2 a 4 SM	Acima de 20 SM	Acima de 20 SM
Domicílio de nascimento	Recife	Recife	Recife	Recife	Recife	Recife
Região onde reside	Zona Norte do Recife	Zona Norte do Recife	Zona Norte do Recife	Zona Norte do Recife	Centro do Recife	Zona Norte do Recife
Estado conjugal	União estável	União estável	Solteira	Solteiro	União estável	Separada

Fonte: Pesquisa própria. Tabela elaborada pelos autores.

Nota: Dados coletados através de questionários. As respostas estão exatamente como os entrevistados responderam.

A Tabela 01 traz algumas informações interessantes. Primeiramente, destaque para o nível de escolaridade dos atores, todos com nível superior e alguns com mestrado e doutorado. Em segundo lugar, chamou atenção a região do Recife onde essas pessoas moravam, cinco na Zona Norte do Recife e uma na Área Central. Por último, destaque para a classe social dessas pessoas. Das seis, quatro disseram ser classe média e duas classe média alta, indício de que o “núcleo duro” do DU seria composto por pessoas com bons rendimentos e escolaridade.

Agora serão exibidos os resultados de uma rede com os membros do DU mais próximos a cada um dos seis entrevistados, feita da seguinte maneira. Solicitou-se ao entrevistado que citasse até 15 pessoas com as quais mais se relacionasse dentro do DU; a partir daí, gerou-se uma rede única com as redes egocentradas desses seis entrevistados. As medidas analisadas foram *grau de centralidade*, *grau de intermediação* e *centralidade do autovetor* - estas mensuram as posições estruturais dos membros de uma rede e a maior ou menor capacidade de se comunicar com os demais,

ou de intermediar processos comunicativos (Alejandro & Norman, 2006; Wassaman e Faust,1998). A primeira rede formada (Figura 1) é dos membros do DU que foram citados pelos entrevistados, a partir do seguinte pedido: “cite até 15 pessoas com as quais você mais interage do DU”.

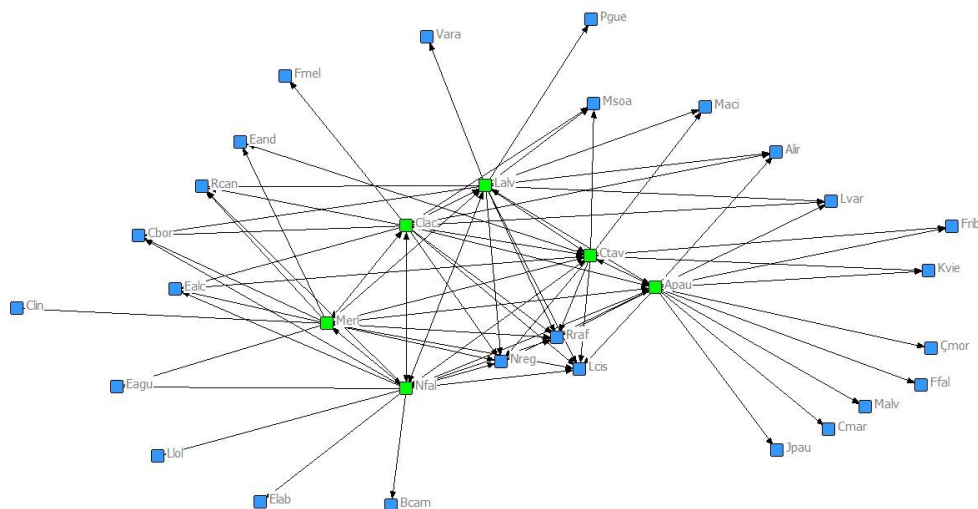


Figura 1 - Os internautas do DU que mais interagem com os líderes entrevistados. Nota: Nesta rede, os “nós” verdes são os entrevistados que fizeram parte da nossa amostra e os azuis são os citados pelos verdes. Fonte: Pesquisa própria. Figura elaborada pelos autores.

Este primeiro gráfico nos permite informações interessantes sobre os índices de *indegree* e *outdegree*. O *outdegree* (quantas pessoas foram citadas pelos entrevistados) não apresenta nada de interessante, uma vez que praticamente todos os entrevistados citaram a mesma quantidade de pessoas. Quando, porém, nos deparamos com o *indegree* (indicando o número de pessoas que receberam indicações), observamos que foram citadas pessoas que não faziam parte da amostra inicial, alguns inclusive não participando diretamente do DU.

A análise desses índices nos permite observar tanto, de forma indireta, as posições estruturais dos atores na rede, como também as aberturas para “fora” desta matriz reticular inicial. Porque, além dos seis entrevistados, a rede se estende para outros, não inscritos originalmente na matriz. Pode-se, com isso, com certeza inferir que a rede se estende para além dos limites dos atores centrais; o que também indica que as conexões podem resultar em pontes para outros campos reticulares, possibilitando alianças estratégicas com atores de outros movimentos e segmentos da sociedade civil.

**Tabela 02 –
Indegree e outdegree dos atores inscritos no sociograma da Figura 1**

Ator	Outdegree	Indegree
Lalv	15,000	5,000
Apau	15,000	5,000
Nfal	15,000	5,000
Ctav	14,000	5,000
Clac	15,000	4,000
Merl	14,000	3,000
Rraf	0,000	6,000
Lcis	0,000	6,000
Nreg	0,000	6,000
Cbor	0,000	4,000
Rcan	0,000	4,000
Ealc	0,000	4,000

Fonte: Pesquisa própria. Tabela elaborada pelos autores.

O segundo índice de rede analisado foi o grau de intermediação (*betweenness*), o qual mensura a quantidade de vezes que um “nó” pode intermediar relações.

Tabela 03 – Graus de intermediação da figura 2

Nome do nó	Grau de intermediação
Apau	31.000
Nfal	22.667
Lalv	17.333
Ctav	13.333
Clac	9.167
Merl	7.500

Fonte: Pesquisa própria. Tabela elaborada pelos autores

Na Tabela 03, vê-se que Apau foi o ator com melhor *betweenness* (31.000), o que significa que, dos seis entrevistados, Apau tem a maior capacidade de intermediar contato entre eles. Os dados reticulares apresentados nos dão informações sobre as redes egocentradas dos líderes do movimento, caracterizados antes por serem predominantemente de classe média, com formação universitária, residindo majoritariamente na Zona Norte do Recife. Referidas informações podem refletir a estrutura reticular desses atores, com sinais claros de *homofilia* (Christakis, 2009).

Também nos permitiu constatar que a rede apresenta uma estrutura assimétrica, com posições dos atores hierarquizadas. É uma rede centralizada, com atores mais ou menos posicionados na estrutura da rede e conseqüentemente com maior ou menor influência em seu interior, e com laços para o exterior do campo reticular mais ou

menos importantes. Embora seja uma *panela* (redes ou subgrafos fortemente ligados entre si, com poucas articulações fora do círculo mais restrito), as conexões dos atores se estendem para além da *clique*, incluindo outros não presentes no círculo original. Isso é observado a partir de atores - fora do núcleo central da rede - que foram mais citados, com índices de *outdegree* visivelmente superiores ao de alguns “líderes” entrevistados. O que permite também considerar que alguns atores localizados no *subset* reticular original apresentam maior capacidade de estabelecer ligações intensas com o ambiente – e, portanto, controlar os fluxos comunicativos vis-à-vis a outros atores.

Vale a ressalva que apresentamos dados reticulares de uma rede formada pelos líderes do movimento entrevistados, e que, para uma melhor compreensão do processo de mobilização do DU, teríamos de que ter informações sobre o campo reticular mais vasto, incluindo os participantes ocasionais, os que se apresentam nas discussões de forma mais importantes e aqueles que contribuem efetivamente com o grupo, participando com pautas para discussão e postando informações importantes. Mas o nosso objetivo foi mais restrito: analisar a dinâmica das lideranças do DU a partir, de um lado, da relação entre os participantes do núcleo central do movimento, e, de outro, aportando informações que nos permitam compreender mais claramente as práticas desses líderes.

Continuamos nossa análise com as entrevistas feitas com membros do DU. Foram aplicadas entrevistas semiestruturadas com seis membros, realizadas entre setembro e novembro de 2015. Para analisar as entrevistas com os moderadores/ex-moderadores do DU foram criadas categorias analíticas objetivando esclarecer algumas questões relativas à dinâmica do movimento DU.

QUADRO 01 – Campos Discursivos de participantes do DU

Questões a analisar	Categoria de análise a ser observada	Trechos centrais da fala dos entrevistados
A contribuição dos líderes do DU para o grupo e participantes	Trajetória	- História dos líderes (trajetória em outros movimentos sociais e evolução no DU) - Contribuição ao DU (formação de cada líder e recursos humanos disponíveis)
Métodos utilizados pelos líderes do grupo para mobilizar participantes	Articulação	- Mecanismos de articulação do grupo (reuniões, articulação dos líderes para mobilizar pessoas e relação com outros coletivos)
Processo de construção da agenda política do grupo (identificar e definir quais as agendas)	Mobilização	- Mobilização de pessoas (o que motiva a ação coletiva?) - Conquistas do DU (vaga no Conselho da Cidade do Recife, não construção dos viadutos da Avenida Agamenon Magalhães, Ocupe Estelita etc.)

Fonte: Cavalcanti (2016).

A organização dos campos discursivos dos atores do DU, exposta no Quadro 01, criou um caminho para se entender o papel dos líderes na ação coletiva. As análises levaram em consideração dois problemas (Howard, 2005): as “racionalizações retrospectivas”, quando os entrevistados de movimentos sociais articulam frases que estão de acordo com as versões que alimentam o discurso do movimento; e as “representações hiperbólicas”, quando o passado e o presente são descritos de maneira demasiada otimista ou pessimista pelo entrevistado.

As falas dos entrevistados foram decompostas em três grandes blocos, a seguir analisados: (a) trajetória; (b) articulação e (c) mobilização. Esses três grandes campos discursivos nos permitem investigar detalhadamente as nuances do processo de ação coletiva do DU, tal como percebem os seus “líderes”. São, naturalmente, representações recortadas por visões de mundo que talvez não correspondam nem mesmo àquela construída pela maioria de seus 31.000 membros. Mas são importantes campos discursivos, na medida em que, enquanto líderes, essas pessoas têm poder de mediar, filtrar e provocar agendas (Cavalcanti, 2016).

Trajetória

Consideramos, para esse item, duas questões centrais: (a) história dos líderes e (b) contribuição ao DU. Solicitou-se aos entrevistados que discorressem sobre sua inserção no DU. Falar sobre trajetórias de ativistas políticos significa lembrar os itinerários de socialização política que o levaram ao movimento, experiências que, posteriormente, instrumentalizaram-se em capital político. Embora os atributos

individuais do líder sejam importantes (carisma, capacidade de mobilização, agilidade em tomar decisões etc.), as posições dos atores em uma estrutura reticular contribuem significativamente para o acesso a possibilidades de aprendizado e inserção em campos de luta.

As trajetórias de socialização política e de recrutamento são, na maior parte dos casos, semelhantes para os ativistas on-line e os que não fazem uso dos recursos da Internet. Mas existem algumas particularidades, como, por exemplo, o fato bastante comum de que os laços *on-line* se sobrepõem aos estabelecidos em contatos face a face – quer dizer, pessoas normalmente conhecem as pessoas com quem mantêm contato via Internet; ou, o que também é comum, campos reticulares estabelecendo pontes.

Ainda existem os casos relativamente únicos, quando o contato com o grupo virtual é feito a partir de “sugestão” do próprio *Facebook*, como é o caso de Lalv, que ingressou no *Facebook* por indicação da própria rede americana, a qual através de algoritmos faz uma seleção de conteúdos (com sugestão de amizades, grupos, produtos para comprar etc.) para aparecer no *feed notícias* dos usuários. Não se sabe ainda muito bem como esses algoritmos são elaborados e funcionam, mas tudo indica que levam em consideração ações no *Facebook*, como curtidas em fotos e acesso a páginas/pessoas, verificando aspectos como comentários e compartilhamentos.

Outros entrevistados entraram no DU através de contatos no *Facebook*, caso de Nfal, que ingressou no DU a convite de uma amiga logo após criar uma conta na rede social norte-americana. Aos poucos, Nfal foi ficando conhecida no DU e num dia um dos integrantes mais ativos puxou conversa com ela por *inbox* (*chat* para conversas pessoais do *Facebook*) convidando-a para ser moderadora.

A transterritorialidade do DU também é interessante. A designer Clac começou a participar do grupo a mais de três mil quilômetros de distância de onde o grupo nasceu. Recifense, Clac passou num concurso em Porto Alegre e morava lá quando ingressou no DU. Retomando ao Recife, Clac participou de protestos organizados pelo DU e aproximou-se de um subgrupo menor mais ligado à tecnologia, o dos “nerds”, como chamou. Depois de se destacar nesse pequeno grupo, foi convidada para ser moderadora. Nesse ponto da trajetória de Clac, chama a atenção um *cluster* (grupo social reduzido) da rede dela, o grupo dos “nerds”; afinal, o DU é uma rede social constituída por vários *clusters* (Batista, 2015; Oliveira, 2013).

Os únicos fundadores do DU entrevistados foram Apau e Ctav. A primeira participa desde os 17 anos de movimentos sociais, entre eles o movimento estudantil e o feminista. Diferentemente de Apau, Ctav nunca tinha participado de movimento social, mas interessou-se sempre por política, definindo-se como “de esquerda”.

Os entrevistados disseram que geralmente contribuem ao DU com a sua especialidade (formação em direito, comunicação, design, arquitetura etc.), mas que essa contribuição depende muito do tempo disponível. Ao longo das entrevistas, a intensidade da participação no DU foi identificada como importante para ganhar espaço no grupo. Não à toa, os membros considerados com maior influência sobre os internautas pelos moderadores e ex-moderadores entrevistados foram os que mais postaram no grupo no período acompanhado pela pesquisa.

Segundo os entrevistados, cada membro do “núcleo duro” do DU tem algumas tarefas pré-definidas. Entre outras coisas, as entrevistas mostraram que Ctav contribui com a sua rede de contatos e indo ao MP; Apau com a sua boa relação com outros movimentos sociais; Nfal postando informações no DU e gerando pautas; Clac trazendo informações de tecnologia e fazendo pontes com o universo digital; Merl com os seus conhecimentos em arquitetura e urbanismo; e Lalv com a sua rede de contatos e experiência em ações junto ao MP.

Articulação

Para promover a ação coletiva o DU precisa articular as pessoas em torno de uma causa em comum. Com empenho e atos bem dirigidos, a mobilização torna-se viável. A articulação é, desta forma, ao lado da mobilização – como veremos mais adiante – um dos fatores centrais para o sucesso do movimento. Neste sentido, são empreendidas ações objetivando promover as agendas centrais do movimento, com a necessária comunicação com a esfera pública e seus diversos atores (imprensa, movimentos sociais, sindicatos, entre outros).

Enquanto grupo, o DU tem uma temática central que é discutir o direito à cidade e questões de patrimônio histórico, o que tem muito haver com o seu surgimento. Acontece que o DU foi se expandindo e passou a ser “um muro de lamentações”, como alguns membros relataram (Clac e Merl). Nesse processo, o papel dos líderes é exatamente o de extrair o máximo de interessante do que é postado no “grupão” e de

planejar bem as ações (se é necessário entrar na justiça ou não, por exemplo).

Periodicamente, a agenda política do DU e as ações realizadas são discutidas no “núcleo duro” do grupo, uma espécie de balanço para se tratar o que vai seguir em frente e o que deve parar. Além disso, a própria noção do que é direito à cidade vai se ampliando, e novas pautas e demandas podem entrar no DU, como informou Merl, ao destacar que acredita que questões de gênero e de raça no Recife, “que a princípio não eram pautas do DU”, atualmente “poderiam ser”. Essas mudanças podem demandar um pouco de tempo, uma vez que dependem da própria transformação dos movimentos sociais, espécies de alvos em movimento (Castells, 2003).

A plataforma do DU é aberta e qualquer internauta que está no grupo pode postar, com algumas questões rendendo mais do que outras. Segundo Apau, as pessoas que se mobilizam, em geral, são aquelas mais próximas ao problema. Assim, a moderação do DU tenta colaborar com coletivos e pessoas interessadas em assuntos relacionados à pauta do DU, para depois deixá-los seguirem sozinhos. Na definição das estratégias e ações, as reuniões com as pessoas mais centrais do DU acontecem diariamente em *chats*. O que agrega mais membros tem cerca de 40 pessoas, mas Apau mencionou que a ideia é ter ainda mais gente, para aumentar o poder de atuação.

Mobilização

Quais são as condições para a mobilização? O que faz com que se mobilize? Entre outros fatores, a mobilização depende da capacidade de mobilização de recursos, dos custos, do empenho dos atores envolvidos na ação e de um discurso sólido e convincente de um indivíduo ou grupo de pessoas. Isso sem contar nas condições políticas necessárias e no relacionamento com outros movimentos sociais, muitas vezes fatores também fundamentais para uma ação bem sucedida, conforme bem apontou a Teoria do Processo Político (Alonso, 2009).

Questionado sobre o tema mobilização, Merl disse que nunca refletiu sobre o assunto fora do DU. Dentro do grupo, contudo, observa que o ponto de partida é dado quando os membros começam a acreditar que a realidade (uma cidade melhor, por exemplo) pode se concretizar através da união de atores, ou seja, a compreensão de que um coletivo de indivíduos engajados tem força para promover mudanças sociais. Nesse processo, a ida à rua tem uma grande pressão sobre o poder público, complementou

Merl. Assim, a fala de Merl leva a compreensão de que o nível de interesse pelas pautas por parte dos integrantes de um grupo virtual e o engajamento destes numa ação tradicional (passeatas, abaixo-assinados, atos públicos etc.) faz parte do processo de mobilização.

Clac acrescentou que o DU tem algumas bandeiras que sempre provocaram muita discussão, a exemplo de mobilidade e preservação do patrimônio histórico. Já Ctav, por sua vez, frisou as diferenças do DU em relação às formas de atuação dos movimentos tradicionais, sendo diferente por manter uma plataforma de debate e ao mesmo tempo de distribuição de conteúdo, o que não se tem “normalmente associado a movimentos sociais”, nos quais geralmente as pessoas possuem as pautas e depois as “disseminam em campanhas”.

A literatura aponta que para que a mobilização ocorra é preciso de pautas e de um discurso. Na Teoria do Discurso, o discurso destaca-se pelo princípio do descentramento do sujeito, uma vez que as complexidades das relações contemporâneas colocaram em xeque um centro fixo, constituidor de identidades. Nesse sentido, o discurso - composto por estruturas descentradas, com sentidos constantemente sendo negociados e construídos (Mutzenberg, 2003) - é o terreno primário onde a realidade se constitui, tomando o pressuposto de que a linguagem é constituidora da realidade.

Mas para o discurso ser formado, é preciso a *prática articulatória*, processo no qual os *elementos* (formações discursivas ainda não articuladas e dispersas) buscam se tornar *momentos* provisórios de sentido, ou seja, articulam-se em torno de *pontos nodais* através de *cadeias de equivalência* até chegar ao discurso (as demandas propriamente ditas).

Pensando no movimento Ocupe Estelita (antes organizado pelo DU e hoje funcionando de maneira mais independente), podemos imaginar um grupo com indivíduos (o DU, à época) com inúmeras ideias desarticuladas e reivindicações (tais como qualidade de vida ruim, ruas esburacadas, gentrificação da cidade etc.). Aí surge o projeto imobiliário para revitalizar a área, como exterior e ponto antagônico, o qual precisa de um discurso contra ele. É quando, através de *cadeias de equivalências*, os *elementos* se transformam em *momentos* provisórios discursivos, em torno do *ponto nodal* direito à cidade. Daí ocorre a lógica da hegemonia, que representa a prática de construção de alianças e coalizões políticas entre diferentes atores sociais e demandas

em um discurso comum, para construir um sujeito político mais universal. Além do DU, essa lógica é observada na atuação de outros movimentos políticos brasileiros de esquerda (Costa & Prado, 2011).

Neste campo, também é interessante observar o fato de que as redes se estruturam em subgrafos, integrados entre si, e com campos de sociabilidade distintos. A importância dos líderes, ou atores centrais, consiste exatamente em formar pontes entre diversos campos reticulares, permitindo a mobilização de atores variados, às vezes com interesses específicos, mas mobilizados em torno de uma bandeira única.

Outro ponto que merece destaque diz respeito aos métodos utilizados pelos líderes do DU para mobilizar participantes, que podem ser de naturezas diversas: a) participam de *chats* específicos para discutir ações estratégicas, b) costumam realizar postagens com frequência ou em momentos de maior mobilização, c) tentam manter o debate dentro da pertinência temática e, talvez o mais importante, d) buscam um discurso único em torno de um *ponto nodal* que aglomere os mais diversos atores e grupos sociais (cientes previamente das pautas que atraem mais pessoas).

Finalmente, há que assinalar a forma como as agendas políticas são gestadas. Nesse sentido, constatou-se que as pautas podem vir de diversos lugares, como do “grupão” ou de reportagens de periódicos. Porém, um caminho recorrente é os temas serem debatidos no “grupão” e, em paralelo, discutidos em *chats* privados do “núcleo duro”, onde as ações são planejadas. Observou-se ademais que, segundo os entrevistados, as principais pautas do DU estão relacionadas à mobilidade urbana e à preservação do patrimônio histórico do Recife, o que também se constatou no acompanhamento mensal do DU.

4. Considerações finais

Os achados desta pesquisa, embora modestos – por conta inclusive de seu desenho metodológico, nos permite alguns *insights* interessantes. As ações coletivas mediadas pela Internet, como vimos, têm se constituído em importantes práticas contemporaneamente, articulando novas formas de comunicação com as práticas tradicionais de mobilização. Além disso, essas práticas não se restringem a um campo territorial específico, expandindo-se e atingindo, às vezes, dimensões globais, sendo o conhecido fenômeno de *glocalização* exemplar para o caso dos movimentos sociais.

Os processos de mobilização também são um ponto de destaque em nosso artigo. Assim, vimos que os líderes do DU entrevistados: a) participam de *chats* específicos para discutir ações estratégicas, b) pautam o grupo realizando postagens, c) mantêm o debate dentro da pertinência temática (filtrando o conteúdo e deletando posts), d) relacionam-se com outros coletivos e atores sociais e públicos (a exemplo do Ministério Público), e) e, cientes das pautas que atraem mais pessoas, buscam um discurso único que aglomere os mais diversos grupos sociais.

As redes, no entanto, sejam ancoradas em interação face a face ou mediadas pela Internet, são assimétricas e têm por característica fundamental o fato de existirem atores posicionados mais ou menos centralmente na estrutura reticular. E esse fato, ao contrário de indicar alguma limitação, indica a posição estratégica desses atores centrais, que possibilitam, a partir de suas posições reticulares, acessar outros subgrafos, ou seja, círculos sociais estranhos ao movimento de que fazem parte e que se constituem em potenciais aliados.

Por fim, o tema é relevante na medida em que nos coloca desafios teóricos e metodológicos importantes. Parte importante da literatura sobre movimentos sociais é construída para a análise das ações coletivas tradicionais, com estratégias de mobilização ancoradas em interações face a face, com forte conteúdo territorial. Agora temos um desafio a enfrentar, o de compreender, de um lado, como as mobilizações mediadas pela Internet acontecem, e, de outro, como essas práticas se comunicam com as tradicionais. Porque, como vimos, a mobilização mediada pela Internet não acontece em um vazio territorial. E, conseqüentemente, há sempre a articulação entre processos de sociabilidade mediados pela web e aqueles tradicionalmente ancorados em interações face a face.

Referências

ALEZANDRO, A. O. Velázquez; NORMAN, G. Aguillar. (2006). **Manual introdutório à análise de redes sociais**. México: Universidad Autonoma Del Estado de México. Tradução e adaptação de: Maria Luísa Lebres Aires, Joanne Brás Laranjeiro e Sílvia Cláudia de Almeida Silva. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/4895662-Manual-introdutorio-a-analise-de-redes-sociais.html>>. Acesso em 08.02.2016.

ALI et al. (2012). **Occupy**: movimentos de protesto que tomaram as ruas. São Paulo: Boitempo Editorial.

ALONSO, Angela. (2009). **As teorias dos movimentos sociais**: um balanço do debate. Lua Nova [on-line], São Paulo, N.76, p. 49-86.

BARABÁSI, Albert. (2009). **Linked - a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo editora.

BATISTA, G. D. Micheline. (2015.) **Entre a rede e a comunidade**: interação e comunicação nos grupos do Facebook - o caso do Direitos Urbanos/Recife. Tese (doutorado em sociologia), UFPE: Recife.

CASTELLS, Manuel. (2003). **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

CAVALCANTI, Davi. (2016). **Redes sociais virtuais como instrumentos de mobilização política**: uma análise do grupo “Direitos Urbanos/Recife” no Facebook. 144f.Dissertação (mestrado em sociologia), UFPE: Recife. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/17781>>. Acesso em 24.03.2017.

COSTA, A. Frederico; PRADO, M. A. Marco. (2011). Estratégia de articulação e estratégia de aliança: possibilidades para a luta política. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, vol. 26, nº 3.

CHRISTAKIS, Nikolas. (2009). **Connected: the surprising Power of our social networks and how they shape our lives**. New York: Little Brown Co.

DIANI, M. (1992). **The concept of social movement**. Sociological Review, vol. 40, n.01, pp. 1-25.

FERREIRA, Jonatas; FONTES, A. S. M. Breno. (2014). *Ágora Eletrônica: algumas reflexões teórico-metodológicas*. **Estudos de Sociologia**, Recife, vol. 14, nº 2. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/revsocio/index.php/revista/article/view/405/331>>. Acesso em 14.04.2016.

_____. (2012). **Redes Sociais e Poder Local**. Recife: Editora da UFPE.

GANZ, Marshall. (2008). **Leading Change: Leadership, Organization, and Social Movements**. Cambridge: Kennedy School of Government, Harvard University.

GRANOVETTER, Mark. (1973). The Strength Of Weak Ties. **American Journal of Sociology**, vol. 78, nº 6, p. 1360-80.

HOLLSTEIN, Bettina. (2011). Qualitative approaches. In: John Scott & Peter J. Carrington (Eds.), **Sage Handbook of Social Network Analysis**. London/New Delhi: Sage (forthcoming).

HOWARD, David. (2005). Aplicando la Teoría del Discurso: el Método de la Articulación. **Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales**, de la Universidad Católica de Córdoba, Córdoba, República Argentina, nº 5.

JØRGESEN, Marianne; Louise PHILLIPS. (2002). **Discourse Analysis as theory and method**. London: Sage Publications.

KOZINETS, Robert. (2010). **Netnography - Doing ethnographic research online**. London: Sage Publications Ltd.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. (1987). **Hegemonía y estrategia socialista**. Madrid: Siglo XXI.

MARWELL, Gerald; OLIVER, E. Pamela. (1989). Social Networks and Collective Action: A Theory of the Critical Mass. **American Journal of Sociology**, Chicago, vol. 94, nº 4.

MIN, Seong-Jae. (2010). **From the digital Divide to the Democratic Divide**: Internet skills, political interest, and the second-level digital divide in political internet Use. *Journal of Information Technology & Politics*, 7:2.

MOLINA, José Luis. (2001). *El análisis de redes sociales: una introducción*. Barcelona: Bellaterra.

MUTZENBERG, Remo. (2003). Identidades e movimentos sociais numa sociedade indomável. **Política & Trabalho**, Paraíba, 19, Programa de Pós-Graduação em Sociologia (UFPB).

OLIVEIRA, B. M. Teresa. (2013). **Articulação de identidades políticas a partir de redes sociais na internet**: uma análise a partir do grupo “Direitos Urbanos / Recife” do Facebook. Dissertação (mestrado em sociologia), UFPE: Recife.

OLSON, Mancur. (1971). **The Logic of Collective Action**: public goods and the theory of groups. Cambridge: Harvard University Press, 1st ed. 1965, 2nd ed.

RECUERO, Raquel. (2009). **Redes sociais na internet**. (Coleção Cibercultura). Porto Alegre: Sulina.

SCOTT, John. (2000). **Social Network Analysis** (Second edition). London: Sage Publications.

THACKER, Eugene. (2004a). **Networks, Swarms, Multitudes. Part One**. Critical Theory. Disponível em: <<http://www.cttheory.net/articles.aspx?id=422>>. Acesso em 04.02.2016.

VAN LAER, Jeroen; VAN AELST, Peter. (2010). **Internet and Social Movement Action Repertoires**. Opportunities and limitations. Information, Communication & society, vol 13, n. 08, PP. 1146-1171.

VARANDA, Marta et al. (2015). A análise de redes sociais e ação coletiva: a comunidade científica de analistas de redes lusófonos. In Maria Inês Tomael e Regina Marteleto (eds.), **Informação e redes sociais: interfaces de teorias, métodos e objetos**. Londrina: EDUEL - Editora da Universidade Estadual de Londrina, 1ª edição, vol. 1.

WATTS, Duncan. (2009). **Seis Graus de Separação (six degrees)**. A evolução da ciência de redes em uma era conectada. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. (1998). **Social network analysis: methods and applications**. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

O USO DO APLICATIVO WHATSAPP NA COBERTURA DA REBELIÃO DE ALCAÇUZ/RN PELA EMPRESA JORNALÍSTICA TRIBUNA DO NORTE

PROFº DOUTOR ITAMAR DE MORAIS NOBRE
Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia/UFRN
itanobre@gmail.com

CLEDIVÂNIA PEREIRA ALVES
Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia/UFRN
cledivania@gmail.com

ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE
Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia/UFRN
aliceandrade@live.com

Resumo

Propõe-se analisar o uso do aplicativo de mensagens *WhatsApp* (que em junho de 2017 contava com 1 bilhão de pessoas conectadas, em mais de 180 países), pela empresa jornalística Tribuna do Norte (principal jornal impresso e site de jornalismo do Rio Grande do Norte, estado da região Nordeste do Brasil), durante a rebelião no maior presídio do estado, ocorrida em janeiro de 2017. A rebelião obteve visibilidade internacional dada a violência entre grupos rivais que culminou na execução de 26 detentos e mais de 100 fugas. Nessa cobertura jornalística, a empresa atingiu uma audiência semanal de mais de 5 milhões de pessoas. Ao longo de nove dias, as reportagens elaboradas a partir das coletas de informações tendo como canal o aplicativo *WhatsApp* estiveram entre as mais acessadas do site e com maiores interações nas redes sociais digitais (*Facebook, Instagram, Twitter*). Foram coletados desde conteúdos em vídeos produzidos no interior do presídio por detentos e policiais, até entrevistas realizadas com presos, através de chamadas de voz do aplicativo. No contexto exposto, a nova maneira de produzir conteúdo e distribuir informação tem como via os dispositivos telemóveis. Nesse contexto, a imprensa busca uso adequado de ferramentas digitais não apenas para distribuir conteúdo, mas ampliar o campo de coleta de informações. Novas ferramentas digitais estão alterando o ‘fazer jornalismo’.

Palavras-chave: Jornalismo Digital, jornalismo colaborativo, redes sociais, WhatsApp

Abstract

It is proposed to analyse the use of the messaging app, Whatsapp (which had 1 billion of connected people in June of 2017, in over 180 countries), by the journalistic enterprise Tribuna do Norte (State of Rio Grande do Norte's main newspaper and news website), during the rebellion at the state's biggest jailhouse in January of 2017. The rebellion obtained international visibility due to the violence between rival groups; culminating in the execution of 26 inmates and more than 100 jailbreaks. In this news coverage the enterprise reached a weekly audience of over 5 million people. Throughout 9 days, the news reports elaborated from information gathered via Whatsapp were between the more accessed of the website and had a larger number of social media interactions (Facebook, Instagram, Twitter). The app was used to collect data ranging from videos recorded by police officers and inmates to interviews with prisoners by voice call. In the exposed context, the new manner of producing content and distributing information is the usage of mobile phones. In this context, the press seeks the appropriate use of digital tools not only to distribute information, but widening the data collecting field. New digital tools are changing the 'way of doing journalism'.

Keywords: Digital journalism, collaborative journalism, social media, WhatsApp

Ciberjornalismo exige nova linguagem e rotinas produtivas

Alves (2012, p.63) prega o que ele mesmo chama de ‘evangelho digital’ alertando para as profundas mudanças que a tecnologia iria imprimir nos meios de comunicação tradicionais e na prática do jornalismo. A previsão de que ocorreria um midiacídio - a morte do sistema midiático da era industrial – para o surgimento de um novo e totalmente diferente sistema de mídia adequado à nova plataforma digital era vista, inicialmente, como alarmista. Hoje, 15 anos após ter usado pela primeira vez a nova palavra (midiacídio), a previsão de Alves se torna cada vez mais atual no cenário das redações de todas as segmentações do jornalismo (impresso, TV e rádio).

Diante da ruptura dos modelos de negócio, de rotina de produção e linguagem que sustentavam as empresas de comunicação há décadas, profissionais de comunicação em todo o mundo mudam suas práticas para tentar encontrar novos modelos que garantam suporte financeiro para o desenvolvimento da profissão e para definir uma nova linguagem que consiga equilibrar informações de interesse público das que despertam interesse do público, sem desvirtuar a ética e a técnica de apuração na coleta de informação - que são o diferencial da profissão na produção de conteúdo.

As mudanças decorrentes das novas ferramentas de comunicação digital alteram a rotina produtiva dos jornalistas. Habilidades para contar histórias multimídia, técnicas em dados e estatísticas, competências em desenvolvimento de audiência, noções básicas de programação e monetização de conteúdos são conceitos que não eram discutidos ou estudados por jornalistas, mas atualmente são de interesse de quem questiona sobre o futuro e pretende continuar na profissão.

Segundo Salaverría (2016), tudo indica que a diversificação do perfil de *cyber*-jornalista vai se tornar ainda mais acentuada nos próximos anos e continue a mudar. Ele acredita que um aspecto que irá gerar uma maior diversificação está relacionado com dispositivos móveis e ressalta que, embora existam perfis profissionais que há 10 ou 15 anos não existiam, como editores de mídia social, responsáveis por visualização, entre outros, ainda não há jornalistas especializados na criação de informação para dispositivos móveis, por exemplo.

Não há um consenso sobre o futuro do jornalismo diante dessa nova realidade digital da comunicação humana. Mas podemos pressupor que os produtores de

conteúdo jornalístico precisam aprender a lidar com essa nova realidade tecnológica que possibilita a captação, armazenamento, distribuição e reconfiguração de conteúdo de forma até então não conhecida. As duas principais barreiras que configuram as mídias *off-lines* - tempo e espaço - inexistem no cenário *online*, o que altera todo o processo produtivo, de apuração e de distribuição de conteúdo.

Na análise de Jenkins (2009), a circulação de conteúdos depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Para ele estamos mergulhados na ‘cultura da convergência’ que representa uma transformação cultural, na medida em que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. “Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais sérios”, (Jenkins, 2009. p. 30).

Empresas invertem foco

Atualmente, no jornalismo, atividades como apurar e publicar ganharam novas dimensões com o uso de ferramentas de mídias sociais e outras ferramentas digitais, que possibilitam acesso quase que instantâneo a todo o planeta. A imprensa em geral – inclusive jornalistas que desenvolvem trabalho isoladamente - conseguem colocar, com baixo custo, imagem ‘ao vivo’ (em direto) em seus sites ou aplicativos para *mobile* (APPs). As técnicas de uso de equipamentos e códigos digitais superaram as barreiras de espaço, tempo e localização, o que alterou por completo a rotina da prática jornalística.

Em 2013, quando divulgou um amplo estudo sobre o cenário da comunicação e quais os caminhos para se manter no mercado, o The New York Times (Documento New York Times, 2013) apontou cinco medidas que passaram a ser adotadas pelo grupo. Todas com o objetivo de melhorar as experiências digitais profissionais/leitores. A última recomendação, em relação às novas habilidades necessárias aos profissionais, era para priorizar a contratação de profissionais com afinidade digital para consolidar a transição.

Para Gobbet (2013), entender o fato e reportá-lo passou a ser somente uma parte da incumbência do profissional, que agora tem que reagir a ele em tempo real

e reagir à reação da sua audiência à sua reação. Ele defende a aproximação cada vez maior do jornalista com equipes de tecnologia da informação e ressalta que mutação estrutural da profissão, vai deixar pelo caminho quem não quiser se adequar.

Em março de 2017, o El País anunciou uma mudança brusca na redação com o objetivo que dar um passo adiante ao que os veículos denominam de “integração de redações” (integração das plataformas *online – off-line*). O El País chamou a nova estrutura de ‘sistema de sincronização de equipes e canais’. “Vamos implementar modernas ferramentas de comunicação para atender com rapidez e qualidade as demandas de informação transparente de uma sociedade cada vez mais exigente com a tarefa que nos confiou” (Caño, 2016, p. 9)

A partir de agora, no coração da planta principal será instalado um moderno espaço aberto dedicado à criação e à coordenação de informações e sua distribuição nos diferentes canais. O centro dessa redação contará com uma moderna ponte de comando, na qual haverá perfis jornalísticos, de desenvolvimento tecnológico, de edição gráfica e de vídeo, de design, de produção, de medição de audiência, de redes sociais, de SEO [otimização de sites] e de controle de qualidade. A partir dali serão criadas novas narrativas e novas formas de comunicação que continuarão a manter este jornal na vanguarda do jornalismo global. (Canõ, 2017. p. 10).

Caño acredita que em até 140 caracteres podem ser ditas muitas coisas. “A extensão de uma reportagem não é garantia de qualidade. Com os novos tempos, estamos obrigados a sair”. (Caño, 2016, p. 4)

Calmon (2012) alertava para esse cenário ressaltando que vão sobreviver somente aqueles que se transformarem radicalmente. Ele ressalta que o midiacídio tem causado a falsa impressão de que o jornalismo está em perigo de extinção:

Não é hora de chorar o fim de uma era, mas de celebrar o início de outra. Na realidade, nunca foi tão bom ser jornalista(...).Felizmente, muitos já estão trilhando esse caminho. Jornais já não são mais apenas jornais. Rádio já não é só rádio. TV não é só TV. Os meios são cada vez mais parecidos entre si. São centrais produtoras de informação multimídia e multiplataforma, numa dinâmica cada vez mais distante da que tinham no século passado. (Alves, 2012, p. 62)

Canclini (2008) corrobora com essa visão de Calmon, sobre a profissão e o aumento no interesse pelo conteúdo jornalístico, analisando a queda de vendas e tiragem dos jornais impressos, mas ressaltando que essa diminuição não interfere na procura por notícias publicadas por essas empresas. “Os jornais diminuem a tiragem, mas centenas de milhares os consultam por dia na internet. [...] Lê-se de outras maneiras, por exemplo, escrevendo e modificando.”, (Canclini, 2008, p. 59)

As mudanças do cenário foram causadas pela rápida e cada vez mais acelerada disseminação das mídias digitais. Para Sodré (2006), é enorme o impacto da chamada "economia digital" sobre o mundo do trabalho e sobre a cultura: na indústria, na pesquisa científica, na educação, no entretenimento, as novas variáveis transformam velozmente a vida das pessoas.

Novas ferramentas tecnológicas ampliam sentidos

Com as mídias sociais digitais na sociedade contemporânea, a imagem do jornalista que está nas ruas em busca da notícia está sendo substituída por uma nova figura: o jornalista sentado. Esse novo personagem cada vez mais presente nas redações de empresas de comunicação em todo o mundo já foi apontado por autores como Adghirni (2005) e Neveu (2010). Para Neveu (2010, p. 62), “A notícia é que busca o jornalista ou o veículo de informação”.

O trabalhador da informação não faz muito trabalho de campo, mas trabalha com os comunicados das agências de notícias, as declarações das instituições, das empresas e dos funcionários do governo. Ele fica pescando na Web. Seu *know-how* básico é o retratamento das informações produzidas por outros (Neveu, 2010, p. 40).

Nesse novo contexto social e profissional, os aparelhos móveis (celulares, tablets e smartphones) conectados a aplicativos instalados em telemóveis (APPs) e redes sociais podem ser considerados como a extensão da visão e audição dos jornalistas.

Antes da explosão das redes sociais no cotidiano das pessoas, os jornalistas tinham entre as principais funções a de *gatekeepers*, ou seja, trabalhavam para filtrar as notícias que chegavam às redação, selecionando as de maior valor-notícia para serem veiculados nos devidos meios. Agora, essa função está sendo substituída por *gatewatcher*, que tem como objetivo legitimar informações e opiniões que circulam nas redes. Essa transição foi abordada por Bardoel e Deuze (2001). Para eles, com o aumento considerável das informações em uma escala mundial, a necessidade de oferecer informações sobre informações se tornou uma adição crucial às habilidades e tarefas do jornalismo. “Isto redefine o papel do jornalista como um papel de anotador ou

de orientador, uma mudança do cão de guarda para o ‘cão guia’.”, Bardoel e Deuze (2001, p.94).

Do WhatsApp para os sites

Na esteira do surgimento dessa nova função do jornalista que trabalha em veículos que atuam na plataforma digital, as redações já experimentam em algum nível da atuação de *gatewatcher*, especialmente na cobertura de *breaking news*, as chamadas notícias de última hora. Para a cobertura da maior rebelião ocorrida no sistema prisional do estado do Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil), a empresa jornalística Tribuna do Norte ancorou boa parte do trabalho em material antes compartilhado em redes sociais por atores diretos da rebelião (presos e policiais).

A empresa de comunicação imprime o maior jornal do Estado e atua na plataforma digital no endereço www.tribunadonorte.com.br. O sítio digital é o principal entre os que distribuem notícias do RN e detém (em junho de 2017) a liderança estadual em número de perfis conectados em redes sociais (Facebook/318 mil perfis; Instagram/170 mil perfis; Twitter/230,5 mil perfis) em comparação aos demais veículos de comunicação do Estado.

A rebelião que ocorreu entre os dias 14 e 23 de janeiro de 2017, se transformou em pauta internacional e culminou com a morte de 26 presos e fuga de mais de 100 detentos da penitenciária de Alcaçuz, a maior do sistema carcerário do Estado. Nesse período, a equipe de reportagem da Tribuna do Norte trabalhou ininterruptamente ao longo de 10 dias – uma rotina inédita na empresa que normalmente tem cobertura online das 8h às 00h - de segunda à sexta-feira - e das 8h às 18h - aos sábados e domingos.

Na cobertura da rebelião de Alcaçuz as novas tecnologias digitais foram fundamentais não apenas para a distribuição de conteúdo - já que metade do tráfego do site da Tribuna do Norte é gerado a partir de redes sociais - mas, especialmente para a produção de conteúdo. Durante os dias de confronto na penitenciária, a audiência do site de notícias bateu todos os recordes históricos. De uma média diária de 100 mil acessos únicos, saltou para 180 mil acessos únicos por dia, de acordo com relatório do *Google Analytics*, ferramenta que mede a audiência dos sites.

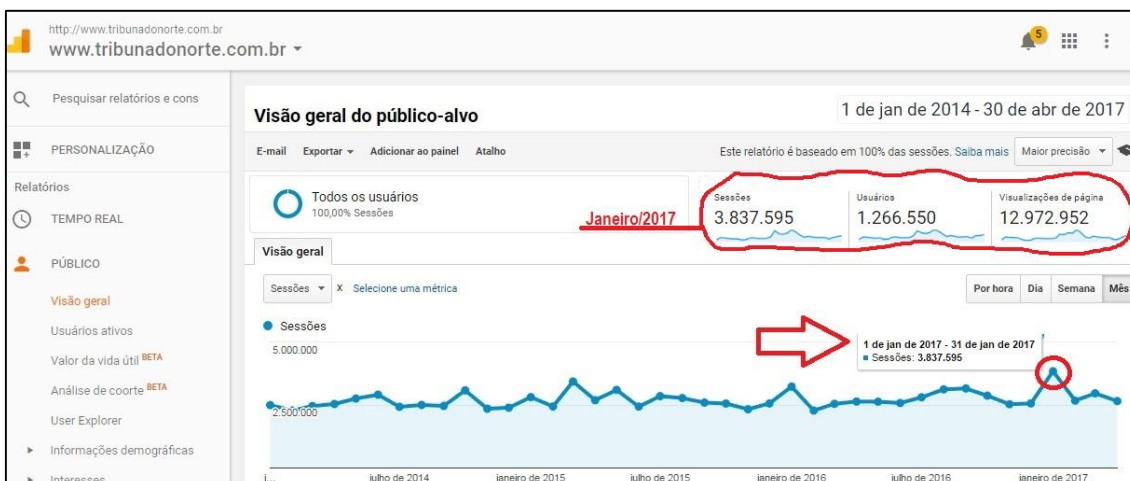


Figura 1: Tela do Google Analytics da TN mostrando as informações sobre acesso do site no mês de janeiro de 2017 (período da rebelião). Mais de 1,2 milhão de pessoas acessaram o site pelo menos uma vez mês. Foram lidas mais de 12,9 milhões de páginas. Esses números são o recorde mensal do site que está no ar desde 1996

Dentro desse trabalho, o recorte para análise que utilizamos neste artigo é sobre o uso do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, que também funciona como rede social fechada, quando da formação de grupo de pessoas.

Na cobertura da rebelião, a equipe da Tribuna do Norte utilizou o aplicativo de cinco formas diferentes: para receber conteúdo produzido *in loco* por equipes de reportagem que se revezavam ao redor da Penitenciária de Alcaçuz; captar conteúdo relevante que circulava em grupos do aplicativo; como canal de comunicação para realizar algumas entrevistas por *chat* ou chamada de voz/vídeo; como ferramenta para administrar equipes que estavam em campo; e como rede de distribuição de conteúdo produzido pelas equipes.

A observação desse trabalho de produção de *hard-news* com auxílio do *WhatsApp* foi feita através de análise de conteúdo postado no site www.tribunadonorte.com.br e a partir de entrevistas com equipe da redação da empresa. O diretor de redação, jornalista Carlos Peixoto, ressalta em entrevista exclusiva para este trabalho a importância da ferramenta digital para a cobertura analisada. Ele explica que foi pelo aplicativo que a equipe de reportagem soube do início da rebelião e teve as primeiras imagens e informações sobre o assunto. “As primeiras imagens e informações que colocamos no ar, chegaram pelo *WhatsApp*. Inclusive a confirmação da veracidade desse material também foi feita a partir de *chat* do *WhatsApp*”, (Carlos Peixoto, comunicação pessoal, março, 15, 2017).



Figura 2: Primeiras informações sobre a rebelião de Alcaçuz foi postada no site da Tribuna do Norte com imagens que chegaram e foram confirmadas por WhatsApp. A qualidade técnica do fotografia é ruim, mas o valor de informação era, jornalisticamente, relevante.

A rebelião teve início no final da tarde de um sábado, dia 14 de janeiro de 2017. Nesse horário, apenas um estagiário da empresa estava trabalhando na redação. Com a chegada das primeiras imagens da rebelião, foi montado um grupo de trabalho de editores e repórteres que remotamente trabalhariam na cobertura. Os jornalistas não tinham dimensão da gravidade da rebelião no início da noite de 14 de janeiro. “Mais uma vez foi o *WhatsApp* que nos ajudou a entender a gravidade da rebelião. Recebemos e checamos com fontes da área de segurança a veracidade de vídeos que circulavam no *WhatsApp* e que mostravam a violência da rebelião”, (Carlos Peixoto, comunicação pessoal, março, 15, 2017).

As imagens violentas dos primeiros momentos da rebelião, feitas por próprios presos e distribuídas em grupos de *WhatsApp*, não foram publicadas pela Tribuna do Norte. “Eram muitos violentas. Não havia como a gente reproduzir. Mas nos ajudaram a entender o que estava ocorrendo dentro da penitenciária e, assim, melhor

contestar nossas fontes para a produção de conteúdo e organizar a cobertura para os dias seguintes”, (Carlos Peixoto, comunicação pessoal, março, 15, 2017).

A partir dos primeiros momentos de rebelião, todo o material produzido por equipes de reportagem da TN também era enviado através de um único canal: grupo de *WhatsApp* dos jornalistas da empresa, criado e administrado para a troca de informação de trabalho. Para o editor do site, Júlio Pinheiro, “Esse processo acelera a produção de conteúdo que postamos no *site*. Conseguimos postar no site textos, fotos e vídeos praticamente em tempo real”, (Júlio Pinheiro, comunicação pessoal, março, 15, 2017).

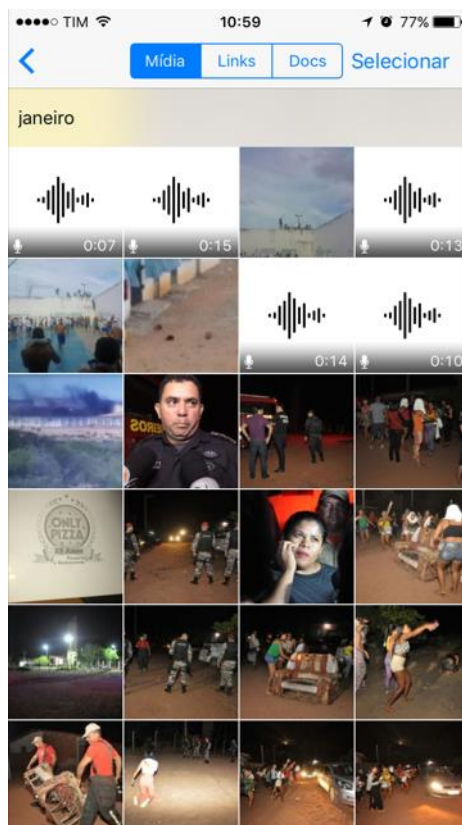


Figura 3: Print de tela de celular com imagens das mídias do grupo de trabalho da TN no *WhatsApp*

Ao longo dos nove dias de cobertura que rendeu recorde de audiência no *site* da Tribuna do Norte, das três reportagens sobre a rebelião mais acessadas e compartilhadas nas redes sociais da empresa de jornalismo, duas foram produzidas a partir do uso e monitoramento do *WhatsApp*. Literalmente o aplicativo, nesses dois casos, foram as extensões dos sentidos dos jornalistas.

Um dos casos analisados por este trabalho foi uma entrevista feita através de chamada de áudio com um preso que estava dentro da penitenciária. A ligação foi feita a partir do celular da esposa do preso que fez plantão do lado de fora da penitenciária durante os dias de rebelião. A reportagem feita pelo jornalista Yuno Andrade, como título “Por telefone, preso faz denúncias e ameaça; ouça”, trazia o áudio da conversa feita por aplicativo de voz do *WhatsApp*.

Vale ressaltar que o sinal de celular na penitenciária estava funcionando no período da rebelião, e os presos tinham acessos a telemóveis. Ao longo dos dias de rebelião, a violência ocorrida na penitenciária foi filmada por presos e policiais. Os vídeos, áudios e imagens produzidos foram amplamente distribuídos pelo *WhastApp*.

O texto com o relato da entrevista com o preso que estava dentro da penitenciária foi disponibilizado no *site* dia 16 de janeiro de 2017. Segundo informações repassadas pela Tribuna do Norte com base no sistema *Google Analytics* (que mede audiência do site), “a notícia teve mais de 38 mil acessos”, (Carlos Peixoto, comunicação pessoal, março, 15, 2017).



Figura 4: Reportagem publicada em 16 de janeiro de 2017 com áudio de entrevista feita por chamada de voz do *WhatsApp* com preso de Alcaçuz

A segunda reportagem destaque, produzida a partir da ajuda direta do *WhatsApp*, dentro da cobertura feita pela Tribuna do Norte, foi a que mostrava um vídeo captado por um Policial Militar que teve acesso ao local onde os cinco líderes da facção criminosa que iniciou a rebelião estavam isolados. No vídeo distribuído pelo próprio

policial em grupos de *WhatsApp* e captado pela equipe de reportagem da Tribuna do Norte, um dos líderes fazia novas ameaças e dizia que a guerra nos presídios não iria acabar. A reportagem com o vídeo e um texto explicando a checagem do material e o contexto das imagens foi postado no *site* no dia 21 de janeiro de 2017, com o título: “De dentro de unidade prisional, líderes de facções fazem novas ameaças”. Com base no sistema *Google Analytics* (que mede audiência), “a notícia teve mais de 37 mil acessos”, (Carlos Peixoto, comunicação pessoal, março, 15, 2017).

Minutos após a postagem da reportagem, a Secretaria de Segurança do Rio Grande do Norte informou que o policial que filmou indevidamente os presos estava sendo afastado e responderia inquérito administrativo. A informação foi publicada em outra reportagem com título: “PM que filmou líderes do PCC foi afastado e responderá processo administrativo e criminal”.



Figura 5: Print de vídeo gravado por policial militar onde líderes de facções fazem novas ameaças. Imagens foram distribuídas em grupos de *WhatsApp* e usadas, após checagem, por reportagem publicada dia 21 de janeiro de 2017

As reportagens produzidas pela Tribuna do Norte sobre a rebelião de Alcaçuz foram o principal assunto do site da empresa entre os dias 14 e 23 de janeiro de 2017 e amplamente distribuídas nos perfis sociais da empresa nas redes sociais (*Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp*). No *Facebook*, o envolvimento de leitores com as reportagens sobre a rebelião cresceu mais de 1.000% e as notícias naquela rede alcançou mais de 5 milhões de perfis entre os dias 14 e 23 de janeiro, um aumento de mais de 400%.



Figura 6: Informações de audiência do Facebook da TN (14 a 21 de janeiro). Mostra que o alcance de reportagens distribuídas na rede pela TN chegaram a mais de 5 milhões de pessoas no período da cobertura

Com base em dados de audiência do *Facebook*, é possível observar que a página da Tribuna do Norte na rede social conseguiu envolver mais perfis que a de jornais nacionais como o Estado de São Paulo.

Adicionar Páginas		Reações, comentários e compartilhamentos			
Página		Total de curtidas no perfil	Variação desde a semana passada	Publicações esta semana	Engajamento esta semana
1	Folha de S. Paulo	5,8m	▲0,1%	250	374,4K
2	O Globo	5,1m	▲0,2%	250	314,7K
3	Estadão	3,4m	▲0,2%	250	265,7K
4	Diário de Pernambuco	1,3m	▲0,3%	243	468K
5	O POVO Online	1,2m	▲0,3%	248	206,5K
VOCÊ	Tribuna do Norte	303,6K	▲4,6%	196	225K

Figura 7: Informações de audiência do Facebook da TN (14 a 21 de janeiro). Supera o envolvimento de jornais como O Estado de São Paulo, que possui 10 vezes mais seguidores que a TN

Mudanças não devem parar

Para Lévy (2010), as mudanças provocadas pelas novas ferramentas digitais na comunicação não afetam apenas a forma de consumo midiático, mas as formas de produção e distribuição de conteúdo informacional. Ao analisarmos de produção de conteúdo jornalístico como o da cobertura da Tribuna do Norte podemos prever que as mudanças não devem parar, pois os estudos sobre expansão da rede online e popularização de telemóveis mostram que a nova maneira de distribuir informação passa necessariamente pelos dispositivos mobile. O relatório Digital News Report do Instituto Reuters (2016), coloca o smartphone não apenas como o ponto de acesso primário para o digital, mas como “controle remoto que controla a própria vida” e estima que o mobile deve atingir cerca de 80% da população do mundo em 2020.

No Brasil, a quantidade de aparelhos mobile conectados à internet já supera o número de computadores de mesa. Dados 26º Relatório Anual de tecnologia da Informação da Fundação Getúlio Vargas (2015), mostram que dos 306 milhões de dispositivos conectáveis, 154 milhões eram smartphones. O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br, 2015) divulgou que 47% dos brasileiros com mais de 10 anos de idade acessavam a internet por celulares inteligente em março de 2015. Esse estudo também aponta que 76% dos internautas disseram que só acessam a internet para participar das redes sociais digitais. Várias pesquisas mostram a importância dessas novas mídias para o consumo de notícias.

A Reuters (2015) divulgou o seu anual Digital News Report/2015 . O documento trouxe dados de comportamento dos consumidores de notícias de 12 países, incluindo o Brasil. O País, inclusive, se destaca na grande importância das mídias sociais e celulares no consumo de notícias. Pelo relatório, o Brasil é o país que mais compartilha notícias via redes sociais/email (47%), quem mais consome notícias por redes sociais (77%) e um dos que mais consome notícias online de modo geral.

A observação da tecnosocialidade mostra que os recursos de comunicação sem fio não são apenas ferramentas, mas, sim, “contextos, condições ambientais que tornam possíveis novas maneiras de ser, novas cadeias de valores e novas sensibilidades sobre o tempo, o espaço e os acontecimentos culturais”. (Castells e outros, 2007. p. 226).

Sola Pool (1983), ressaltava que a convergência não significa “perfeita estabilidade ou unidade. Ela opera como uma força constante pela unificação, mas sempre em dinâmica tensão com a transformação... Não existe uma lei imutável da convergência crescente; o processo de transformação é mais complicado do que isso.”, (citado por Jenkins, 2008. p. 36). Ou seja: os processos de mudanças que atingem as comunicações humanas e – em especial – o jornalismo, não devem estabilizar.

Alves (2011) é claro quando diz que, mesmo no cenário mais otimista para os meios tradicionais, a internet será uma força crescente que é hora de reavaliar o que cada um está fazendo na *web* e reposicionar-se, a partir da reinvenção do jornalismo na Internet.

Kovach e Rosental (2004), listam nove orientações fundamentais ao exercício do jornalismo. O sétimo ponto resalta a necessidade da informação ser apresentada de forma interessante e relevante para os leitores/ouvintes/espectadores. Os autores/jornalistas explicam que a tarefa do jornalismo é encontrar formas de transformar o significativo em interessante e encontrar – em cada matéria – a mistura exata do sério e do menos sério que oferece um relato do dia. “Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas informações que precisam para entender o mundo. O primeiro desafio é encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente”. (Kovach; Rosenstiel. 2004. p. 225)

Bibliografia

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre; LEMOS, André. **O futuro da internet**: Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

GILLMOR, Dan. **We, the media**. EUA: OREILLY & ASSOC, 2004.

GARCÍA-CANCLINI, Nestor. **Leitores, Espectadores e Internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2001.

POOL, I. S. **Technologies of Freedom**. In: JENKINS, H. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo** – O que os jornalistas devem saber e o público deve exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003

SALAVERRÍA, Ramon. **Ciberperiodismo en Iberoamerica**. Madri: Editorial Ariel, 2016.

Webgrafia

CALMON, Rosental, 2012. *Jornalismo do futuro*. Publicado na Revista de Jornalismo ESPM 3, Pág. 62. Disponível em:

<http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_3/2012_3editao/assets/basic-html/page62.html>. [Acesso em 10 de junho de 2017, às 10h10].

CALMON, Rosental, 2011. *Reinventando o jornal na internet*. Publicado no site Almanaque de Comunicação em. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/reinventando-o-jornal-na-internet-de-rosental-calmon-alves/>>. [Acesso em 10 de junho de 2017, às 9h00].

Documento **New York Times** (2013). Disponível em: <http://www.eamonn.com/wp-content/uploads/2014/05/Innovation-Report.pdf>. Acesso em 02 de maio de 2017, às 9h30.

CAÑO, Antonio, 2014. “*É uma época fascinante para o jornalismo*”. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2014/12/01/cultura/1417408148_066797.html>. [Acesso em 02 de maio de 2017, às 9h24]

CAÑO, Antonio, 2016. *Carta aberta do diretor do EL PAÍS à Redação do jornal*. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html>. [Acesso em 02 de abril de 2017, às 15h30]

CALMON, Rosental, 2016. Disponível em: < <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral.o-jornalismo-ea-ancora-que-separa-a-verdade-do-boato,10000062003>>. [Acesso em 20 de maio de 2017, às 13h30]

GOBBET, Cassiano, 2013. *Jornalismo e TI são as funções das publicações do futuro*.

Disponível em: < <http://thinking.media/2013/01/jornalismo-e-ti-funcoes-publicacao-futuro/>>.

[Acesso em 10 de abril de 2017, às 09h30]

Site da Tribuna do Norte, (2017). *De dentro da unidade prisional, líderes de facção fazem novas ameaças*. Disponível em:

< <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/de-dentro-da-unidade-prisional-la-deres-de-faca-a-o-fazem-novas-ameaa-as/369740>>. [Acesso em 8 de abril de 2017, às 19h30]

Site da Tribuna do Norte, (2017). *Por telefone, preso faz denúncias e ameaças; ouça*.

Disponível em:

<<http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/por-telefone-presos-faz-denuncias-e-ameaas/369198>>. [Acesso em 8 de abril de 2017, às 20h30]

Site da Tribuna do Norte, (2017). *PM que filmou líderes do PCC foi afastado e responderá processo administrativo e criminal*. Disponível em:

< <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/pm-que-filmou-la-deres-do-pcc-foi-afastado-e-respondera-processo-administrativo-e-criminal/369767>>. [Acesso em 8 de abril de 2017, às 19h45]

Site da Tribuna do Norte, (2017). *TN forneceu 180 horas de notícias*. Disponível em:

<<http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/tn-forneceu-180-horas-de-noticias/369878>>.

[Acesso em 11 de abril de 2017, às 10h30]

Relatório ‘Journalism, media and technology predictions’, 2016. Disponível em: <

<http://www.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2016/01/Newman-Predictions-2016-FINAL.pdf>>. [Acesso em 13 de abril de 2017, às 09h30]

FGV (2015). Dados divulgados em abril de 2015 pela. Disponível em:

<http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/pesti-gvcia2015ppt.pdf>

[Acesso em 13 de abril de 2017, às 10h45]

TIC Domicílios (2014). *Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros*. Disponível em: <<http://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros/>> [Acesso em 14 de abril de 2017, às 10h15]

Reuters Institute (2015). *Estudo sobre o jornalismo digital realizado pelo Reuters Institute for the study of Journalism*. Disponível em:

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202015_Full%20Report.pdf>. Acesso em: [13 de abril de 2017, às 11h30]

Ibope (2015). *Pesquisa Mobile Report, da Nielsen IBOPE*. Disponível em:

<<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html>>. [Acesso em 10 de abril de 2017, às 09h30]

REDES DE COAUTORIA NA ÁREA DA MUSEOLOGIA DO BRASIL

LUCIANA FERREIRA DA COSTA¹
Universidade Federal da Paraíba
lucianna.costa@yahoo.com.br

MARIA DE FÁTIMA NUNES²
Universidade de Évora
mfn@uevora.pt

Resumo

O presente relato é parte de uma investigação de doutorado em desenvolvimento junto ao Programa de Doutorado em História e Filosofia da Ciência especialidade Museologia da Universidade de Évora. Objetiva analisar as redes de coautoria na área da Museologia do Brasil. Os atores da investigação são os docentes/pesquisadores do quadro permanente dos programas de pós-graduação (PPG) *stricto sensu* em Museologia do Brasil os quais totalizam 37 docentes. Por meio de acesso ao Currículo Lattes destes, observou-se que 23 docentes/pesquisadores publicaram artigos em coautoria. As fontes de dados são os artigos de periódicos científicos publicados pelos 23 docentes no período de 2006 a 2016. O *corpus* documental é formado por 89 artigos. Utiliza a modelagem de redes sociais e planilhas *Excel Matrix Editor* no *software* UCINET, posteriormente, incluídas no *NetDraw* para representação da rede de coautoria por meio de grafos. A rede de coautoria foi analisada sob o enfoque da rede egocêntrica, ou seja, pela observação das relações a partir de um nó ou ator central, onde os outros membros foram considerados nas relações que mantiveram com o mesmo. Destaca, ainda, o tipo de rede formada na relação dos docentes/pesquisadores, no caso se foi interinstitucional (relações entre instituições), intrainstitucional (relações dentro da própria instituição) ou mista (reune os dois tipos inter e intra). Os resultados revelam que os docentes/pesquisadores estabeleceram relações mistas do tipo inter e intrainstitucional. Conclui que a formação de rede de cooperação científica na área da Museologia pode maximizar o conhecimento científico da área e também sua produção científica, bem como estabelecer relações mais internacionalizadas.

Palavras-chave: Redes de coautoria. Produção científica. Museologia. Programas de Pós-graduação em Museologia. Brasil.

¹ Doutoranda em História e Filosofia da Ciência especialidade Museologia pela Universidade de Évora. Professora do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba. Líder da Rede de Pesquisa e (In)formação em Museologia e Patrimônio.

² Doutora em História da Cultura Moderna e Contemporânea pela Universidade de Évora. Professora Catedrática da Universidade de Évora. Diretora do Programa de Doutorado em História e Filosofia da Ciência da Universidade de Évora.

Abstracts

The present report is part of an ongoing research with the PhD Program in History and Philosophy of Science, Museology specialty of the University of Évora. It aims to analyze co-authorship networks in the area of Museology of Brazil. The actors are the permanent staff of the postgraduate programs (PPG) *stricto sensu* in Museology of Brazil which total 37 professors. Through access to the Curriculum Lattes of these, it was observed that 23 professors published articles in co-authorship. The data sources are the articles of scientific journals published by the 23 professors from 2006 to 2016. The documentary corpus consists of 89 articles. It uses social network modeling and Excel Matrix Editor spreadsheets in the UCINET software, later included in NetDraw to represent the co-authoring network through graphs. The co-authoring network was analyzed under the focus of the egocentric network, that is, by the observation of the relations from a node or central actor, where the other members were considered in the relations that maintained with the same. It also emphasizes the type of network formed in the professors' relationship, in the case it was interinstitutional (relations between institutions), intrainstitutional (relations within the institution itself) or mixed (it brings together the two types inter and intra). The results show that teachers have established mixed inter- and intra-institutional relations. It concludes that the formation of a network of scientific cooperation in the field of Museology can maximize the scientific knowledge of the area and also its scientific production, as well as establish more internationalized relations.

Keywords: Co-authorship networks. Scientific production. Museology. Post Graduate Program in Museology. Brazil.

1 Introdução

A pesquisa em relato é um recorte da tese de doutoramento em andamento desenvolvida pela primeira autora no âmbito do Programa de Doutoramento em História e Filosofia da Ciência especialidade Museologia da Universidade de Évora (UÉvora), sob supervisão da segunda autora.

O objetivo geral da tese é analisar a produção científica gerada no âmbito dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia do Brasil, com foco para as publicações em periódicos científicos eletrônicos de acesso aberto, tendo como baliza cronológica o período de 2006 a 2016.

No caso deste recorte, o objetivo é analisar as redes de coautoria na área da Museologia do Brasil.

Assim, considerando que “o número de publicações com coautoria [...] tem sido utilizado como indicador de colaboração científica entre países, instituições e/ou cientistas” (Leta & Cruz, 2003, p.150), a pesquisa envolveu os programas de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia do Brasil: o Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) desenvolvido em parceria com o Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), o Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia da Universidade de São Paulo (USP) e o Programa de Pós-graduação em Museologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Envolveu, ainda, os docentes/pesquisadores do quadro permanente dos programas³ e a produção científica gerada por estes para a apresentação e análise das redes de coautoria.

Trata-se de pesquisa aportada pelo diálogo e compartilhamento de experiências/saberes entre as instituições de vínculo das autoras, entre o Centro de Estudos de História e Filosofia da Ciência (CEHFCi)⁴ da UÉvora e a Rede de Pesquisa e (In)Formação em Museologia e Patrimônio (REDMUS)⁵ da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), parceria que tem contribuído para as reflexões da área da Museologia, especialmente, no diálogo com a área da Ciência da Informação, por meio de pesquisas registradas em artigos publicados em periódicos científicos e em eventos nacionais e internacionais (Costa *et al.*, 2015, 2016).

³ A opção por docentes/pesquisadores deste quadro encontra justificativa na consideração de que a produção científica do grupo que compõe o núcleo docente permanente de um programa é critério central na avaliação do mesmo (Vogel & Kobashi, 2015).

⁴ Iniciou-se em 1994 por meio de um grupo de estudiosos das áreas científicas. Sua evolução ao longo dos anos e a percepção da necessidade de afirmação da recente área História e Filosofia da Ciência em Portugal foram motivadoras para que em 1998 o grupo se candidatasse a centro de estudos no âmbito da Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT), onde se enquadra desde então, tendo como unidade científica o Programa de Doutoramento em História e Filosofia da Ciência, conforme relato de sua diretora Professora Fátima Nunes. Disponível em: http://www.iifa.uevora.pt/galeria/galeria_videos/Centros-de-Investigacao-e-Catedras/CEHFCi-Centro-de-Estudos-de-Historia-e-Filosofia-da-Ciencia.

⁵ Grupo de pesquisa credenciado junto ao Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento (CNPq), certificado pela UFPB, que se dedica à promoção de investigação, formação e divulgação científica sobre a área da Museologia em perspectiva transdisciplinar/transnacional/transcontinental, tendo como eixo transversal as múltiplas práticas (in)formacionais sobre saberes/espacos museológicos. Disponível em: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/6285275721310405>.

2 Redes de colaboração

A ciência contemporânea vem mostrando a tendência cada vez mais frequente e crescente de publicação com múltiplos autores (Spinak, 1996). Já há algum tempo, investigações voltadas à “mensurar a colaboração científica entre os pesquisadores, instituições e países para visualizar a frente de pesquisa de determinada área” (Oliveira, Santarém & Santarém Segundo, 2009, p. 313) cresceram nas mais diferentes áreas de conhecimento.

Ainda de acordo com Oliveira, Santarém & Santarém Segundo (2009), as publicações em coautoria ou em autoria múltipla são bem quistas, dado o seu impacto, por agências de fomento à pesquisa, tanto que contemplam em suas chamadas públicas grupos de pesquisa e publicações em colaboração.

A coautoria ou autoria múltipla, “se dice de documentos em que dos ou más autores que participarón de su creación” (Spinak, 1996, p. 30). Isto configura uma rede que engloba “grupo de indivíduos que, de forma agrupada ou individual, se relacionam com outros para atingirem um fim específico.

As redes podem “ter muitos ou poucos actores e uma ou mais classes de relações entre pares de actores” (Silva, Fialho y Saragoza, 2013, p. 5).

As relações ou interações entre os atores ou grupo de pessoas (nós ou atores representados por círculos) em torno de um mesmo objetivo é possibilitada pela análise de redes sociais e são representadas de forma gráfica por grafo, sociograma ou rede (Silva, Fialho y Saragoza, 2013).

3 Aspectos metodológicos

De modo a identificar com quem os docentes/pesquisadores dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia estabeleceram relação de coautoria, realizou-se análise de redes sociais.

Para tanto, contemplando os artigos em autoria múltipla dos docentes/pesquisadores, identificaram-se os nomes dos coautores, os quais, posteriormente, foram inseridos em planilha Excel Matrix Editor no *software* UCINET, migrados para o arquivo com extensão *###.h* e incluídos no NetDraw, de onde foi possível gerar a rede social de coautoria de 23 (62%) docentes/pesquisadores, do total de 37 (100%), sendo 14 docentes/pesquisadores do PPG-PMUS UNIRIO/MAST, dois do PPGMus USP e sete do PPGMuseu UFBA, com publicação de artigos em coautoria.

A rede de coautoria foi analisada sob o enfoque da rede egocêntrica, ou seja, pela observação das relações a partir de um nó ou ator central, onde os outros membros foram considerados nas relações que mantiveram com o mesmo. Destacou-se, ainda, o tipo de rede que formou na relação dos docentes/pesquisadores, ou seja, interinstitucional (relações entre instituições), intrainstitucional (relações dentro da própria instituição) ou mista (reune os dois tipos inter e intra).

Na construção e representação da rede, optou-se por abreviar os nomes dos docentes/pesquisadores (nó ou ator central) e dos coautores, destacando-se, o sobrenome.

4 Redes de colaboração na área da museologia do brasil

Nesta seção apresentam-se os grafos e a análise individual dos docentes/pesquisadores (designados pela sigla DP com número sequencial) e a relação com os seus coautores de forma detalhada por programa.

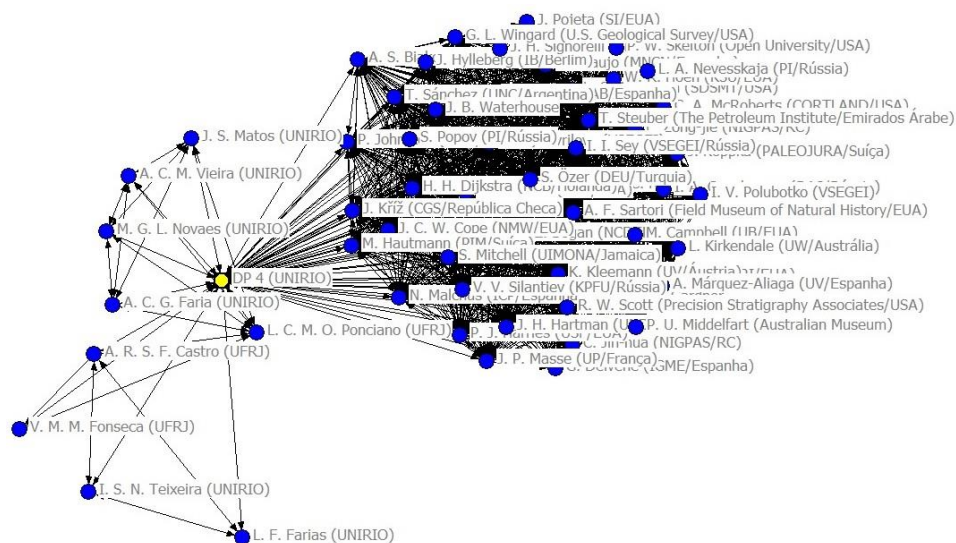
4.1 Redes de coautoria do PPG-PMUS UNIRIO/MAST

Iniciando pelo PPG-PMUS UNIRIO/MAST, que abriga curso de mestrado e curso de doutoramento, criados em 2006 e 2011, respectivamente, dos 16 docentes/pesquisadores vinculados ao programa, 14 possuem artigos em coautoria, total de 71 artigos, dos quais constam 149 coautores. Incluem-se neste total de coautorias os próprios docentes/pesquisadores que figuraram como coautores na publicação de artigo de colega do programa.

Em sequência, visualiza-se uma série de grafos, correspondente aos docentes/pesquisadores que publicaram em coautoria.

Iniciou-se a análise pela rede de coautoria de docente/pesquisador 4 (DP 4) que manteve o maior número de coautores nos artigos. DP4 se relacionou com 59 coautores e 39 instituições na publicação de sete artigos, conforme pode ser observado no Grafo 1:

Grafo 1 – Rede social de coautoria de DP4



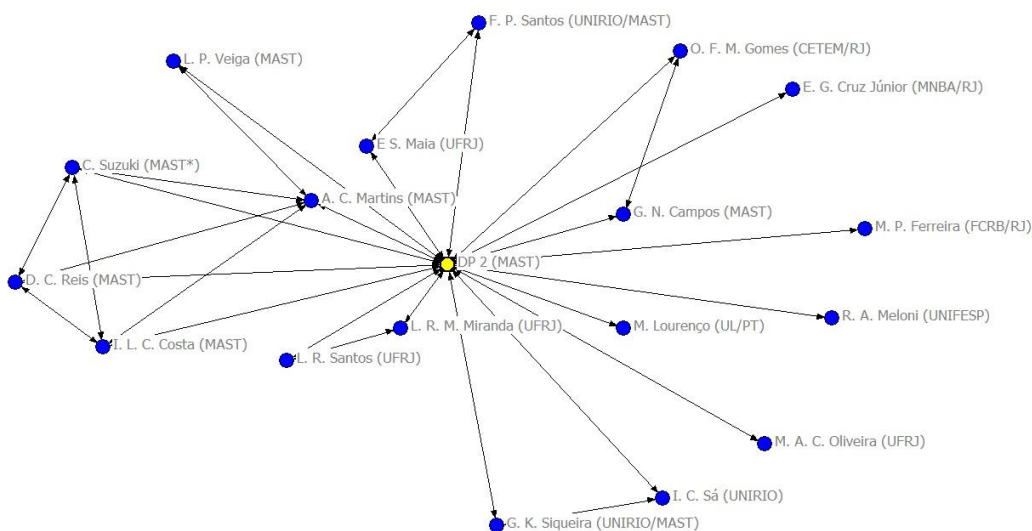
Fonte: Dados da pesquisa, 2016

O maior número de relacionamento em coautoria de DP4 se deu com L. C. M. O. Ponciano, representado por cinco artigos. Além disto, observa-se que há relação de proximidade também com A. C. M. Vieira, M. G. L. Novaes, J. S. Matos e A. G. F. Farias com quem DP4 manteve três artigos, seguida de proximidade com A. R. S. F. Castro com dois artigos. Os demais autores são considerados periféricos na rede, pois DP4 estabeleceu apenas uma relação de coautoria.

Ainda sobre a rede de DP4, percebe-se que a UNIRIO (instituição de vínculo do indivíduo central) e a UFRJ são as instituições de vínculo dos coautores com maior número de relações, constituindo-se o centro da relação institucional. A relação com coautores da UNIRIO revela que esta é composta por alunos do Curso de Graduação em Museologia da instituição, enquanto que a relação com a UFRJ se deu com docentes desta universidade. Além desta, DP4 manteve relação com grande número de coautores de universidades, centros de pesquisa e instituições museais internacionais de diversos países, como Espanha, Rússia, Alemanha, EUA, dentre outros em um único artigo.

DP2 possui 18 artigos, dos quais 17 são em coautoria. DP2 manteve relação com 18 coautores e oito instituições, conforme apresentado no Grafo 2:

Grafo 2 – Rede social de coautoria de DP2



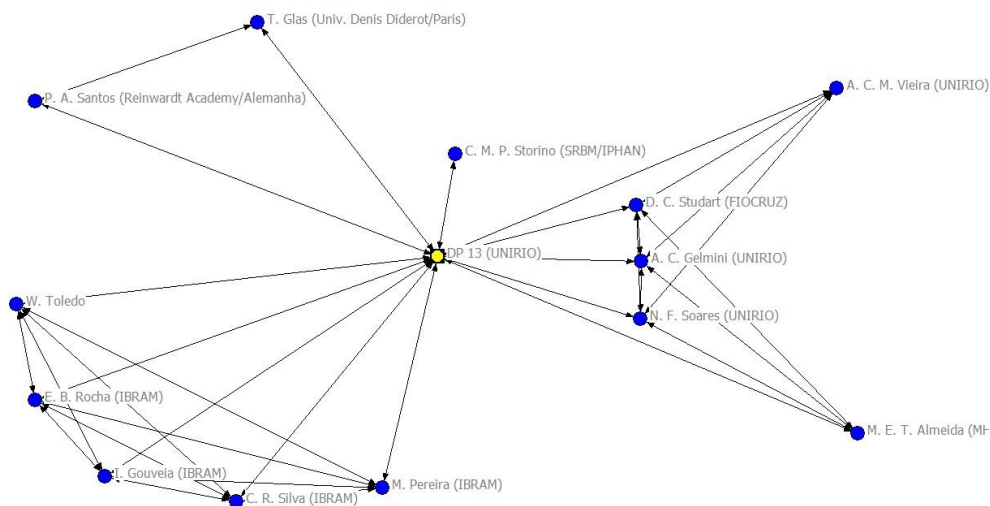
Fonte: Dados da pesquisa, 2016

De acordo com o Grafo 2, observa-se a proximidade de L. R. M. Miranda a DP2. Juntos publicaram três artigos. Visualiza-se relação de proximidade também com E. S. Maia, A. C. Martins, L. R. Santos, G. N. Campos e M. Lourenço com quem DP 4 manteve dois artigos com cada, seguida de proximidade com A. R. S. F. Castro com dois artigos. Na rede de coautoria de DP2, observa-se que 12 coautores são periféricos, haja vista a publicação de apenas um artigo com os mesmos.

Percebe-se que DP2, além de estabelecer relação com o MAST, sua instituição de vínculo, o mesmo mantém relações com a UFRJ, a UNIFESP, o CETEM/RJ, o Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro (MNBA/RJ), a FCRB, também do Rio de Janeiro, e relação internacional representada pela Universidade de Lisboa. Aliás, a relação com esta instituição é citada na descrição do Grupo de Pesquisa liderado por DP2.

O Grafo 3 apresenta a rede de coautoria de DP13 manteve 13 relações de coautoria na publicação de seis artigos de um total de nove.

Grafo 3 – Rede social de coautoria de DP13



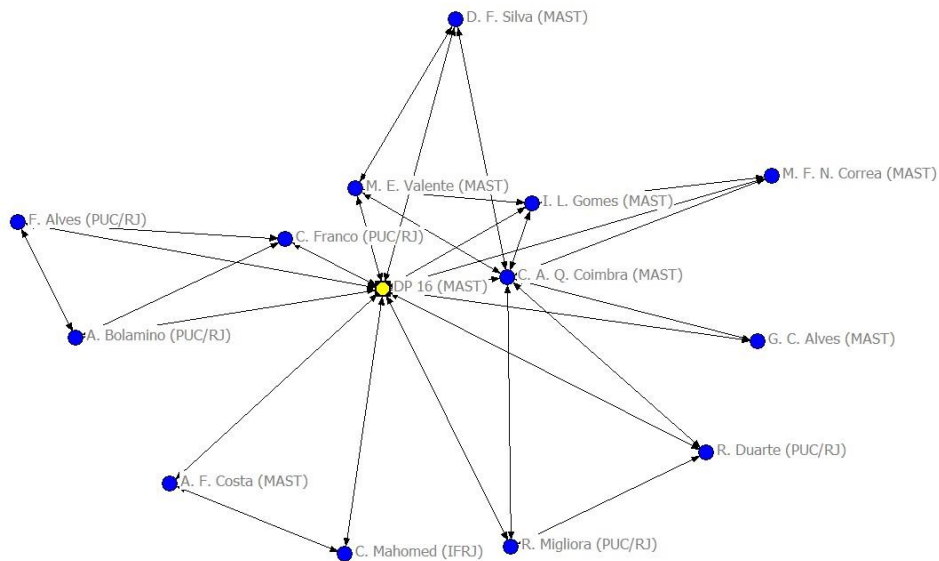
Fonte: Dados da pesquisa, 2016

A rede de DP13 possibilita observar relação de proximidade com quatro coautores: C. M. P. Storino, D. C. Studart, A. C. Gelmini e N. F. Soares. As demais relações, total de nove, são periféricas.

A maioria das coautorias deu-se com coautores vinculados à diversas instituições brasileiras como a Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), o IBRAM, o MHN, o SRBM/IPHAN e a própria UNIRIO, sendo esta última de vinculação de discentes do curso de graduação em Museologia. DP 13 estabeleceu relação de coautoria com autores vinculados à *Reiwardt Academy* e Universidade Denis Diderot, instituições internacionais.

Em sequência, apresenta-se o Grafo 4 que corresponde à rede social de coautoria de DP16. Este, na totalidade dos 11 artigos publicados manteve relação com 12 coautores, contudo, estabelecendo relação de proximidade com quatro coautores.

Grafo 4 – Rede social de coautoria de DP16



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

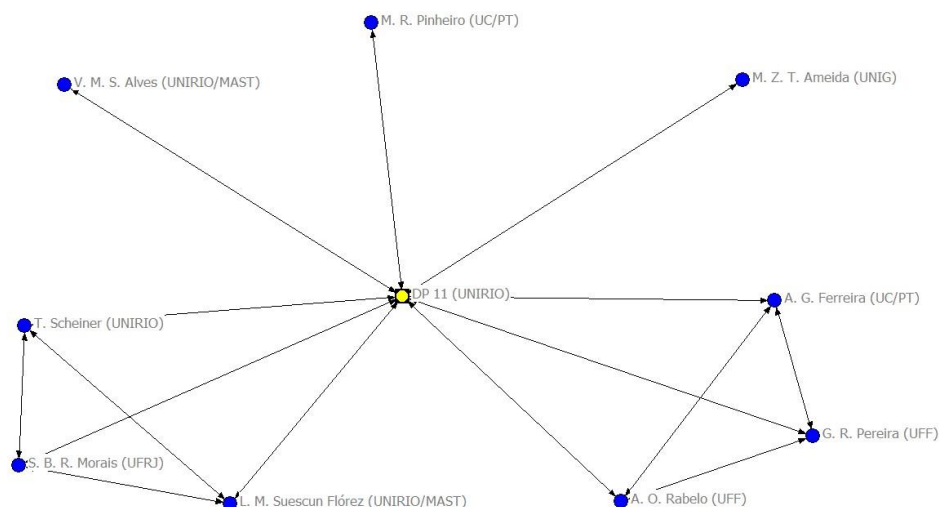
Identificaram-se na rede social de coautoria de DP16, que a relação se deu em proximidade com quatro autores, sendo uma relação estabelecida com colega do PPG-PMUS/UNIRIO/MAST, no caso com M. E. Valente, dois artigos publicados. Na rede de DP16 a periferia ficou por conta de nove coautores, com os quais foi estabelecida apenas uma relação de coautoria.

Na relação de DP16 com 12 coautores identificou-se que estes são vinculados ao MAST e à PUC/RJ.

A seguir, a rede social de coautoria de DP11 que manteve cinco relações com nove coautores. Não houve relação de proximidade, portanto a relação com os nove coautores é periférica.

Observou-se, ainda, que DP11 possui uma relação de coautoria com um docente/pesquisador do PPG-PMUS UNIRIO/MAST. Figuras em sua rede cinco instituições brasileiras e uma instituição internacional, no caso a UC em Portugal. A relação da docente/pesquisadora com a UC é oriunda da relação estabelecida quando da realização do estágio pós-doutoral em Ciências da Educação, na condição de bolsista da FCT, no período de 2006-2009. DP 11 é, ainda, membro do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX – CEIS 20 da UC, o qual é coordenado por M. R. Pinheiro, docente da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação.

Grafo 5 – Rede social de coautoria de DP11

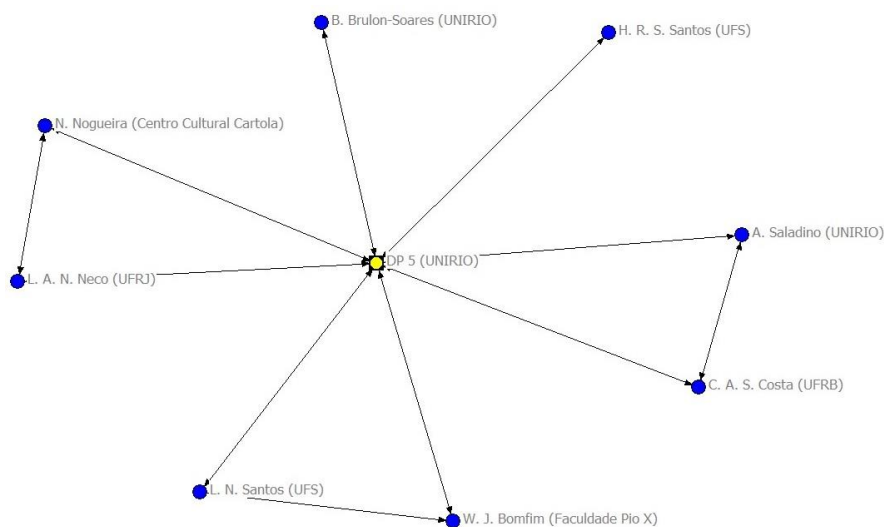


Fonte: Dados da pesquisa, 2016

O Grafo 6 reflete a rede de coautoria de DP5 que manteve cinco relações de coautoria com oito coautores, em que não houve relação de proximidade e, também, nenhuma relação com colega do programa. Porém, observou-se relação com coautores vinculados às instituições de ensino superior como a própria UNIRIO, UFRJ, UFRB, UFS e a Faculdade Pio X.

A relação com a UFS é explicada vínculo do docente/pesquisador com a instituição no período de 2009 a 2013 com atuação no Curso de Graduação em Museologia da UFS. Além disto, DP5 atua no Programa de Pós-graduação em Arqueologia (PROARQ) desta universidade.

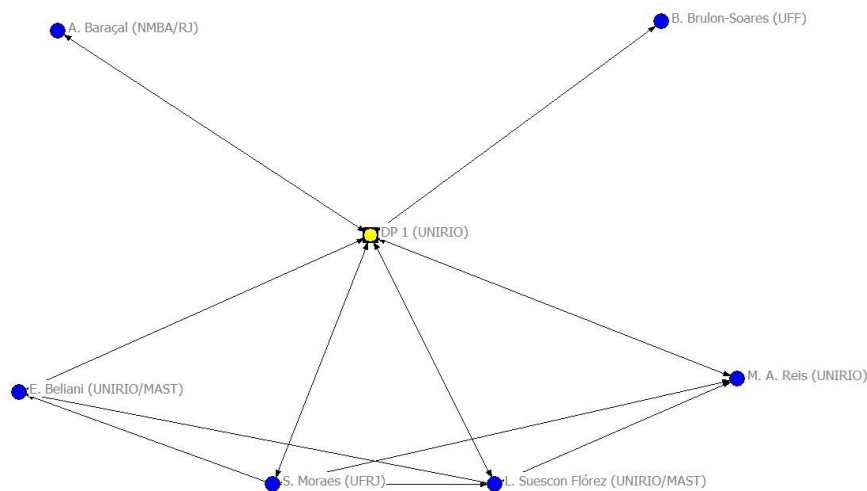
Grafo 6 – Rede social de coautoria de DP5



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

No que se refere à rede de DP1, constatou-se que manteve quatro relações de coautoria com seis coautores. Em sua rede, conforme Grafo 7, não consta qualquer relação de proximidade, já que foi estabelecida apenas uma relação de coautoria com cada um dos seis coautores, no entanto, uma delas se deu com colega do PPG-PMUS UNIRIO/MAST. Houve relação de coautoria com mestrandas do programa.

Grafo 7 – Rede social de coautoria de DP1

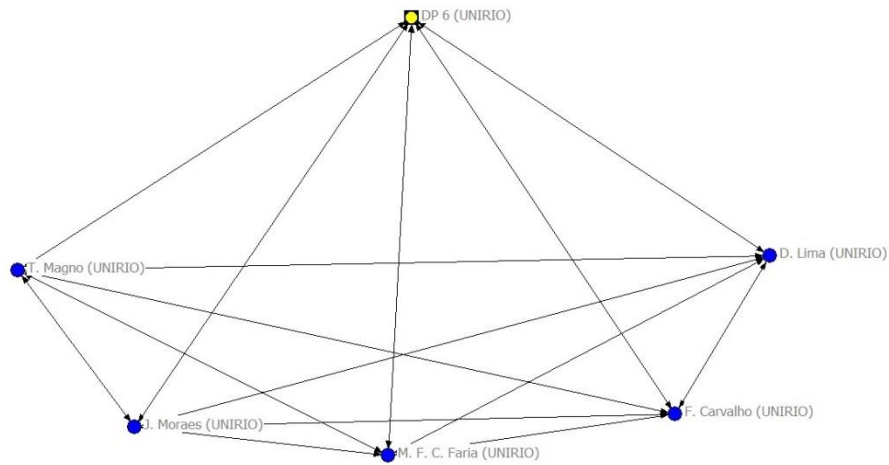


Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP1 estabeleceu relação com três instituições (NMBA/RJ, UFRJ e UFF), além da que é vinculado.

No caso da rede social de DP6, identificou-se relação com cinco coautores, em um único artigo, todos com vínculo com a UNIRIO. No entanto, a relação não se deu com nenhum colega do PPG-PMUS, mas com alunos do Curso de Graduação em Museologia, participantes de um projeto de observação de público intitulado “Determinação das Densidades Adequadas dos Objetos Expostos nas Exposições Museológicas. Os limites do espaço e observação e circulação.

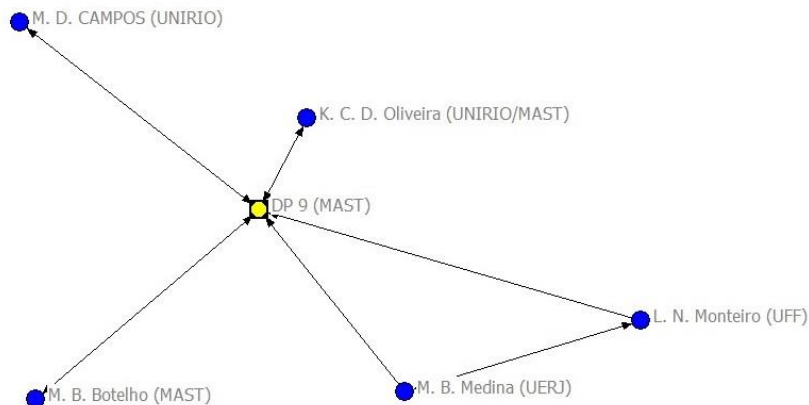
Grafo 8 – Rede social de coautoria de DP6



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

O Grafo 9 representa a rede social de coautoria de DP9. Quanto a este, foi estabelecida uma relação de coautoria com cinco coautores.

Grafo 9 – Rede social de coautoria de DP 9

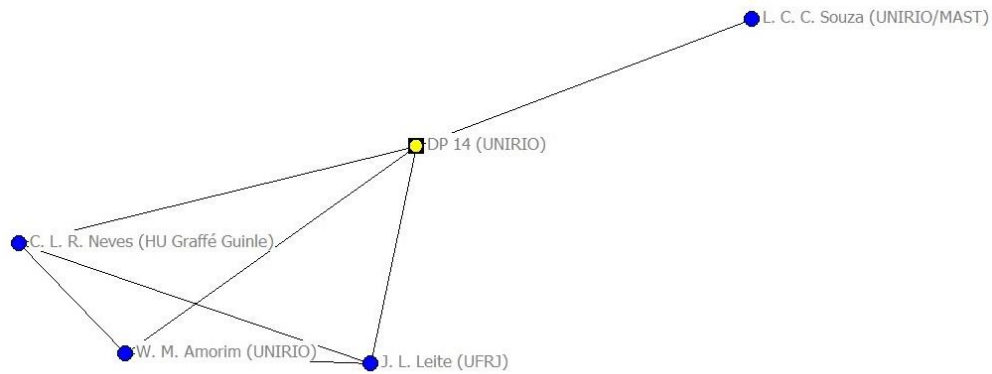


Fonte: Dados da pesquisa, 2016

Em um total de quatro artigos em coautoria, observa-se que a relação de proximidade de DP9 se deu com K. C. D. Oliveira, doutoranda do PPG-PMUS sob sua orientação. Houve com os demais coautores vinculados ao MAST e à própria UNIRIO apenas um artigo.

Em sequência, a rede de coautoria de DP7 que possui relação de coautoria com quatro coautores, representada pela publicação de dois artigos em coautoria, sem relação de proximidade. Observa-se que houve relação com coautor do convênio UNIRIO/MAST, com a UNIRIO, UFRJ e o Hospital Universitário Graffé Guinle. No Grafo 10 visualiza-se o exposto.

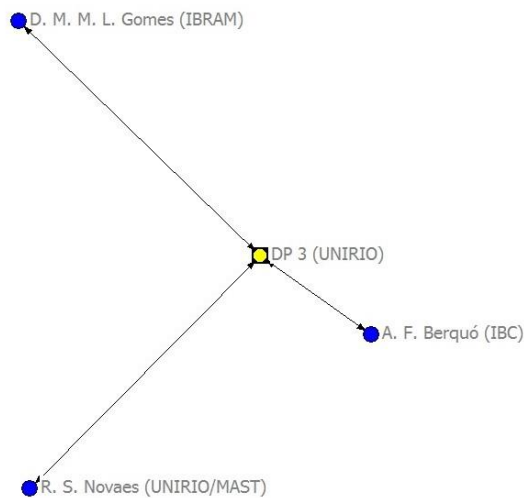
Grafo 10 – Rede social de coautoria de DP 14



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP3, com total de nove artigos, sendo quatro deles em coautoria, estabeleceu relação com três coautores. A relação de proximidade se deu com apenas um coautor, no caso A. F. Berquó do IBC, que fora mestranda do PPG-PMUS, com artigo oriundo de dissertação intitulada *Dedos de ver: informação especial no museu e a inclusão social da pessoa com deficiência visual*, defendida em fevereiro de 2011. As demais relações se deram com coautor vinculado ao convênio UNIRIO/MAST e com o IBRAM.

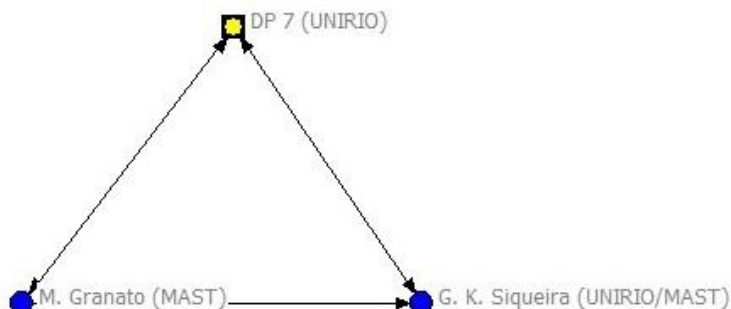
Grafo 11 – Rede social de coautoria de DP 3



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP7 possui apenas uma relação de coautoria com dois coautores, sendo uma com colega do PPG-PMUS UNIRIO/MAST e outra com estudante do programa.

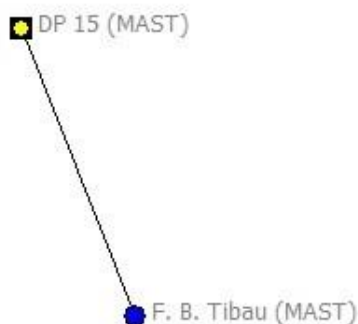
Grafo 12 – Rede social de coautoria de DP7



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP15, dos 11 artigos publicados, manteve apenas uma relação de coautoria com um coautor, conforme se observa no Grafo 13. A relação se deu com coautor vinculado ao MAST.

Grafo 13 – Rede social de coautoria de DP 15



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

A análise da rede social de cada docente/pesquisador do PPG-PMus UNIRIO/MAST, revelou que onze docentes/pesquisadores estabeleceram relação mista, enquanto dois docentes/pesquisadores possuem rede intrainstitucional.

4.2 Redes de coautoria do PPGMus USP

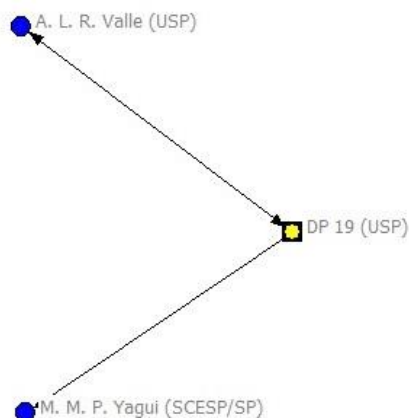
Dos 10 docentes/pesquisadores que compõem o quadro do PPGMus USP, que oferta curso de mestrado desde 2013, apenas dois docentes/pesquisadores possuem artigos em coautoria: DP19 e DP22.

DP19 estabeleceu relação de coautoria com dois coautores, um artigo com cada. Em termos de instituição, um coautor é vinculado à USP e o outro à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo (SCESP/SP).

O coautor vinculado à USP realiza mestrado em andamento pelo PPGMuseu com bolsa da FAPESP e de estágio de pesquisa no exterior. Já a coautoria vinculada à SCESP tem a função de Técnica da Unidade de Preservação do Patrimônio

Museológico. Possui mestrado em Museologia pelo PPGMus USP com dissertação sob a orientação de DP19 que originou o artigo.

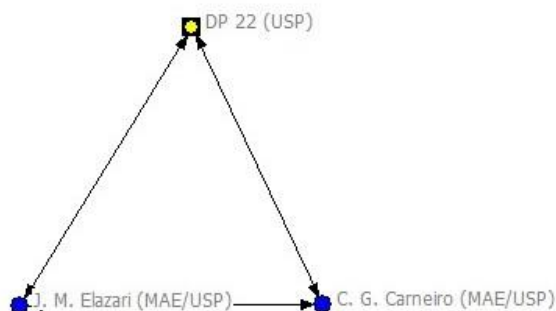
Grafo 14 – Rede social de coautoria de DP19



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP22 possui um em coautoria dentre o total de três artigos publicados. Estabeleceu relação de coautoria com dois coautores: J. M. Elazari e C. G. Carneiro, ambos vinculados ao MAE da USP, Historiadores e Educadores, com atuação no Serviço Técnico de Musealização do museu.

Grafo 15 – Rede social de coautoria de DP22



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

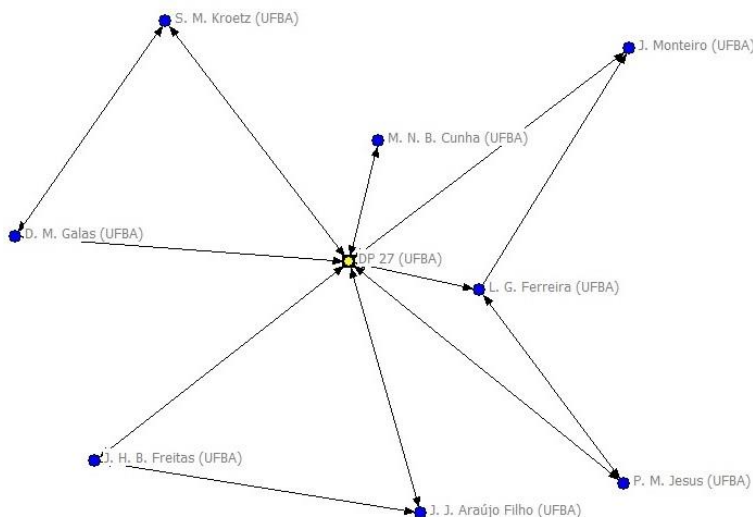
A análise da rede social de cada docente/pesquisador do PPGMus USP, revelou que os dois docentes/pesquisadores que publicaram em coautoria estabeleceram uma relação interinstitucional e uma relação intrainstitucional.

4.3 Redes de coautoria do PPGMuseu UFBA

Dos 11 docentes/pesquisadores que compõem o PPGMuseu UFBA, programa que oferta curso de mestrado criado em 2013, apenas seis possuem artigos em coautoria.

Inicia-se a análise pelo docente/pesquisador que estabeleceu o maior número de relação com coautores. No caso, isto se aplica a DP27 que estabeleceu relação com oito coautores. Identificou-se que os coautores são vinculados à UFBA, inclusive, destacam-se duas relações de coautoria com colega do programa, M. N. B. Cunha, representativa de proximidade com o indivíduo central, DP27. Também houve relação de proximidade com L. G. Ferreira, com vinculação à UFBA na condição de estudante do Curso de Graduação em Museologia, de iniciação científica integrante de projeto de pesquisa. Atualmente, L. G. Ferreira é doutoranda em Museologia pela ULHT desde 2014.

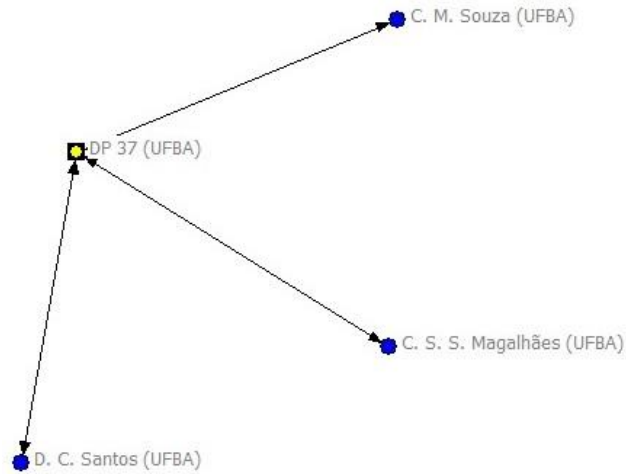
Grafo 16 – Rede social de coautoria de DP 27



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

A rede de coautoria de DP37 é formada por relação com três coautores em artigos: C. M. Souza, C. S. S. Magalhães e D. C. Santos, todos vinculados à UFBA. A relação com C. M. Souza é oriunda da orientação de Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Museologia, sob orientação de DP37 e da integração no Grupo de Pesquisa Observatório da Museologia Baiana. A relação com C. S. S. Magalhães é oriunda da orientação de dissertação de Mestrado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Por fim, a relação com D. C. Santos deu-se na condição de estudante do Curso de Graduação em Museologia e como bolsista de Programa Institucional de Iniciação Científica (PIBIC), no Projeto Museologia Baiana: inventário de fontes bibliográficas. Na rede social de coautoria de DP37 não houve relação de proximidade.

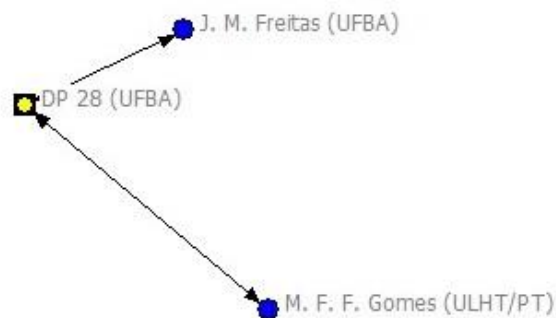
Grafo 17 – Rede social de coautoria de DP 37



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP28 estabeleceu relação com dois coautores em três artigos do total de cinco. A relação se deu com coautores vinculados à UFBA e à ULHT. Destaca-se duas relações de coautoria com colega do programa, J. M. Freitas, representativa de relação de proximidade, conforme apresentado no Grafo 18. A relação com coautoria da ULHT é oriunda de orientação de dissertação de mestrado na referida instituição, onde DP28 é docente convidado do Programa de Doutorado em Museologia da ULHT.

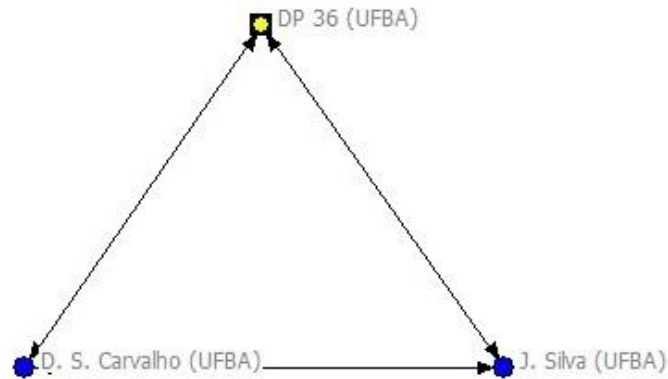
Grafo 18 – Rede social de coautoria de DP28



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

DP36 possui um artigo em coautoria com dois coautores. A relação se deu com coautores vinculados à UFBA na condição de estudantes do Curso de Graduação em Museologia da instituição.

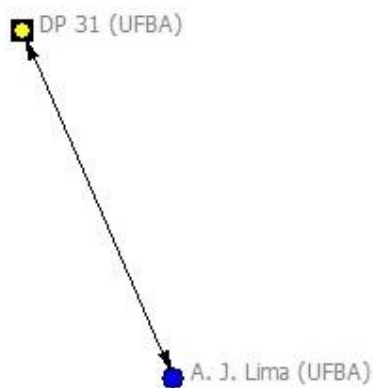
Grafo 19 – Rede social de coautoria de DP36



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

A rede de DP31 possibilita observar relação com um coautor A. J. Lima, no caso apenas um artigo. A instituição de vínculo do coautor é a UFBA na condição de estudante do PPGMuseu.

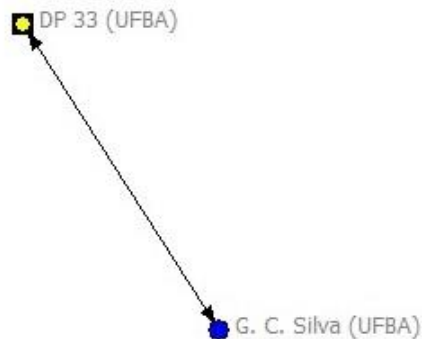
Grafo 20 – Rede social de coautoria de DP31



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

Assim como a rede de DP31, a relação de coautoria de DP 33 foi estabelecida com um coautor, também vinculado à UFBA como egressa do Curso de Graduação em Museologia e do PPGMuseu, além de integrar o Grupo de Estudos sobre Cíbermuseus (GREC) do CNPq, liderado por DP31.

Grafo 21 – Rede social de coautoria de DP33



Fonte: Dados da pesquisa, 2016

Terminada a análise da rede social de cada docente/pesquisador do PPGMuseu UFBA, constatou-se que cinco docentes/pesquisadores possuem rede intrainstitucional. Apenas um docente/pesquisador estabeleceu relação de rede interinstitucional.

5 Considerações finais

Na presente investigação procurou-se apresentar e analisar as relações de coautoria dos docentes/pesquisadores dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia do Brasil.

Por meio da investigação, verificou-se que os docentes/pesquisadores estabeleceram relações mistas do tipo inter e intrainstitucional. Concluiu-se que a formação de rede de coautoria científica na área da Museologia pode maximizar o conhecimento científico da área e também sua produção científica, bem como estabelecer relações mais internacionalizadas.

Os resultados nos levam a concluir que o aumento da produção científica em coautoria tem sido decorrente do crescimento de parcerias intrainstitucionais e interinstitucionais e também do vínculo decorrente das relações de orientação e de participação em grupos de pesquisa.

Sob o aspecto metodológico, ressalta-se que a análise de redes sociais é uma importante técnica para se mapear redes, identificar e representar as relações, especificidades e conhecimentos de atores e instituições.

Por fim, considera-se importante dar continuidade ao monitoramento das redes de coautoria dos docentes/pesquisadores permanentes dos programas, porém incluindo os docentes/pesquisadores colaboradores e visitantes.

Referências

Costa, Luciana Ferreira *et al.* (2016). O panorama da formação avançada/pós-graduada na Museologia do Brasil e de Portugal. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 17., 2016, Salvador. *Anais...* Salvador.

Costa, Luciana Ferreira *et al.* (2015). Avaliação dos periódicos científicos da área da Museologia do Brasil no tocante ao cumprimento dos critérios Qualis. *Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 5, p.167-182, 2015.

Leta, Jacqueline & Cruz, Carlos Henrique de Brito. (2003). A produção científica brasileira. In: Viotti, Eduardo Baumgratz; Macedo, Mariano de Matos (Orgs.). *Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil*. Campinas, SP: Editora Unicamp. p.121-168.

Silva, Carlos da; Fialho, Joaquim; Saragoça, José (Coord.). (2013). *Iniciação à análise de redes sociais: casos práticos e procedimentos com UCINET*. Lisboa: Caleidoscópio Edição e Artes Gráficas, S.A.

Spinak, Ernesto. Indicadores cientométricos. (1998). *Ciência da Informação*, v. 27, n. 2, p. 141-148, maio/ago. 1998. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/795/826>.

Vogel, Michely Jabala Mamede & Kobashi, Nair Yumiko. (2015). Avaliação da pós-graduação no Brasil: seus critérios. In: Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 16., 2015, João Pessoa. *Anais...* João Pessoa.

ATORES DA NOTÍCIA: GRUPOS DE JOVENS NA PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DE CONTEÚDOS MIDIÁTICOS

JANAÍNA CRISTINA MARQUES CAPOBIANCO
Universidade Metodista de São Paulo
janacapobianco@gmail.com

LEANDRA ELOY RIBEIRO BARROS
Universidade Metodista de São Paulo
leandrae.ribeiro@gmail.com

Resumo

O jornalismo vive um momento de mudanças estruturais. Profundas transformações nas dinâmicas de produção, distribuição e recepção de conteúdos estão em curso, alterando processos e conceitos ora consolidados para o campo teórico e profissional do jornalismo. Esta pesquisa busca olhar as novas dinâmicas de produção de conteúdos, que com as novas tecnologias está colocada de forma ostensiva e descentralizada, com a emergência de novos protagonistas e novas interferências no discurso midiático. Deste modo, pretende-se investigar três coletivos de mídia produzidos por grupos de jovens na cidade de São Paulo, observando suas dinâmicas de recepção, atribuição de sentidos aos noticiários das mídias tradicionais e suas dinâmicas como produtores e distribuidores de novos conteúdos, além dos valores que os orientam. Interessa ainda, os formatos narrativos criados por estes grupos e a forma de dispô-los aos leitores. Serão realizados grupos focais, entrevistas em profundidades e acompanhamento e análise da produção jornalística. Este continuum multimídia, das mediações destes jovens às suas narrativas em novas mídias se articulam, uma vez que os polos ora opostos do processo comunicativos estão cada vez mais difusos e imbricados.

Palavras-chave: Jornalismo em redes; tecnologias; multimídia; convergência, novas práticas.

Abstract

The journalism lives a moment of structural changes. Deep transformations in the dynamics of production and reception of contents are in progress, changing process and concepts that were consolidated to the theoretical and professional means of the journalism. This research try to look the new dynamic of production of contents, that with the new technologies are put of ostensive and decentralized way, with the emergency of the new protagonists and interferences in the media speech. Thus, it intends investigate three media collective produced by young groups in São Paulo city, observing their dynamics of production, attribution of meanings to the news of the traditional media and theirs dynamics like producers and distributors of new contents, besides values that guide them. It's important too, the narratives formats created by these groups and the way of dispose them to the readers. It's going to realize focal groups, depth interviews and monitoring and analysis of journalistic production. This *continuum* multimedia, of the mediations of these young ones to their narratives in new media are articulate, onde the poles now opposites of the communicative process are increasingly diffuse and overlapping.

Keywords: Journalism in network; technology; multimedia; convergence, new practices.

Transformações no jornalismo

Mudanças profundas afetam diferentes aspectos do jornalismo e acarretam transformações radicais na forma como ele é praticado hoje, e, sobretudo, no futuro. “O jornalismo passa por um conjunto de grandes transformações que incluem novas formas de produção da notícia, processos de convergência e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios” (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011).

Pressionado pelas novas tecnologias, pelo crescimento de setores de comunicação organizacional e de jornalismo de entretenimento, pela participação ativa do público e pela democratização das formas de acesso ao espaço público midiático, o jornalista profissional parece vivenciar um momento de indefinição (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 39).

Os autores supracitados prosseguem, e situam o jornalismo como prática social, com a participação de diferentes atores sociais, que interagem de acordo com normas, acordos, institucionalizações e comportamentos legitimados. As práticas podem sofrer mudanças, que vão desde invenções pontuais a mudanças de grande porte (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011).

Para que uma mudança seja considerada estrutural, é preciso que ela seja suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores. Ou seja, uma mudança estrutural se contrapõe a um grupo de mudanças conjunturais e também às microinvenções que normalmente afetam aspectos específicos de uma prática social (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 42).

Fazendo referência a Becker (1982) e Charron e Bonville (2004), Adghirni e Pereira afirmam que é preciso distinguir entre duas ordens de transformações que eventualmente incidem sobre uma mesma prática social: “[...] as alterações gradativas – e nem sempre perceptíveis – que afetam cotidianamente parte das atividades que integram uma prática social dos momentos em que os diferentes atores sociais vivenciam verdadeiras ‘revoluções paradigmáticas’” (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 42).

Essas revoluções, conforme sublinhado por Charron e Bonville, apud Adghirni e Pereira (2011, p. 43) são “[...] como momentos em que valores e práticas, tidos como essenciais ao exercício dessa atividade, passam por um momento de crise. Constata-se, nesse caso, um nível elevado de incongruência entre diferentes

categorias de objetivos e de regras pertinentes a um modelo”.

Steensen (2009, apud ADGHIRNI & PEREIRA, 2011, p.44) considera que um cenário ainda mais abrangente de mudanças no jornalismo está ancorado nos processos:

- 1) convergência da produção em níveis macro (concentração dos conteúdos em algumas empresas) e meso (criação de redações multimídia);
- 2) competição por novos mercados e mudanças nas condições econômicas da empresa jornalística;
- 3) embaralhamento das fronteiras entre o jornalismo e outras profissões;
- 4) enfraquecimento dos sindicatos;
- 5) redefinição das noções de liberdade de expressão e informação;
- 6) embaralhamento das fronteiras entre público e privado, entre os meios de massa e os meios de comunicação privados/individuais;
- 7) direito autoral sob pressão;
- 8) padrões e normas éticas sob pressão;
- 9) imposição de novas tecnologias nas redações;
- 10) emergência de novos estilos e gêneros.

Três eixos são apontados por Adghirni e Pereira (2011) como principais para a análise das mudanças estruturais no jornalismo: 1- mudanças estruturais na produção da notícia, 2 - mudanças estruturais no perfil do jornalista e 3 - as novas relações com os públicos.

Apesar da organização metodológica dos eixos de mudanças para a discussão e análise, as questões levantadas em cada um deles estão relacionadas: as mudanças no processo da produção da notícia, cada vez mais de forma difusa, descentralizada das redações tradicionais, com novos agentes, novas formas de participação, contribuem para uma ressignificação do papel do jornalista e sua identidade profissional, e estas mudanças revisam a relação do jornalismo com o público, que participa, produz a notícia. Ou seja, da produção à recepção, muitas transformações estão colocadas e nos desafiam.

Chaparro (2003) também afirma que o jornalismo vive um momento de profundas transformações. Para ele, a principal revolução ocorrida no jornalismo nos últimos vinte anos, foi o processo que ele denomina de profissionalização das fontes.

Diz o autor:

As fontes deixaram de ser pessoas que detinham ou retinham informações. Passaram a ser instituições produtoras ostensivas dos conteúdos da atualidade
– fatos, falas, saberes, produtos e serviços com atributos de notícia. Pensam, agem e dizem pelo o que noticiam, exercitando aptidões que lhes garante espaço próprio nos processos jornalísticos, nos quais agem como agentes geradores de notícias, reportagens, entrevistas e até artigos (CHAPARRO, 2003, p. 49).

O autor estaria assim, analisando o contexto denominado por Adghirni e Pereira (2011) como primeiro eixo de transformações, que são as mudanças estruturais na produção da notícia. Chaparro (2003), por sua vez, acrescenta que vivemos em uma dinâmica de produção ostensiva e descentralizada de conteúdo. As mídias tradicionais, marcadas pela estrutura de monopólio no Brasil, deixam de ser as fundamentais produtoras de notícias e fontes de informação. Com a convergência das mídias e a emergência da *web*, setores marginais, pessoas e jovens, passam a ganhar formas de manifestação de seus fazeres e dizeres, ampliando e democratizando a produção e o consumo de informação.

Essa qualificação das fontes como geradora de conteúdos faz parte desse mundo novo com experimentações vitoriosas de democracia, civismo, mercado e tecnologia, em misturas que dinamizaram uma lógica universal de competição sustentada em informação. “Nos rumos da democracia, o mundo mudou, institucionalizou-se, bem como os interesses, as ações, as próprias pessoas. Globalizaram-se os processos, as emoções e, sobretudo, os fluxos e circuitos da informação” (CHAPARRO, 2003, p. 33). Neste contexto, diz o autor, noticiar tornou-se a forma mais eficaz de agir e interferir na realidade.

O debate acerca da aparente dicotomia entre o jornalismo e a publicidade, compreendido à primeira vista como representantes do interesse público (no caso do jornalismo) e dos interesses particulares (no caso da publicidade) também é enfrentado por Chaparro. Para o autor, as instituições – políticos, partidos, lideranças de movimentos sociais, produtores culturais, cientistas – ao conquistarem o espaço da notícia socializam discursos particulares, fazendo inevitavelmente propaganda. “Está aí, na competência agressiva dos discursos particulares, uma das mais complicadas contradições da informação jornalística de nossos dias” (p.50). No entanto, alerta o autor, é preciso tomar cuidado para não dar abordagem moralista à questão, a começar pelo reconhecimento da legitimidade dos discursos particulares.

As relações entre instituições e imprensa ocorrem em interfaces colocadas como conflitantes: de um lado estão os jornalistas e seu vínculo ao interesse público e de outro as instituições, ou os assessores e seu vínculo com os interesses particulares. Temos aí, neste confronto de perspectivas que a tradição e cultura jornalística

reforçam, um falso conflito, afirma Chaparro:

Porque não se deve cair na simplificação de ver no interesse público o interesse que se opõe ao interesse particular. [...] O que se opõe a um interesse particular é um outro interesse particular. E o jornalismo não tem como nem porque, temer ou desprezar os interesses particulares; além de legítimos, está neles a engrenagem dos conflitos da atualidade, dos quais o jornalismo ocupa-se [...]. Sem os discursos e as ações dos interesses particulares em conflito, o jornalismo não teria o que noticiar (p.50).

Sobre o contexto atual da produção jornalística no Brasil, Sant'Anna (2009) coloca que estes novos produtores de conteúdo não se limitam a tentar intervir sobre o agendamento da imprensa tradicional e partem eles mesmos para difundir, diretamente a opinião pública, constituindo para isso, suas próprias mídias. Para o autor, no cenário da difusão de informação no Brasil, despontam novos atores que se diferenciam das tradicionais mídias. Novos veículos informativos são ofertados ao público por organizações profissionais, sociais, e, inclusive, por segmentos do Poder Público. São mídias mantidas e administradas por atores sociais que, até então, se limitavam a desempenhar o papel de fontes de informações (SANT'ANNA, 2005, p. 01).

O objetivo destas instituições, para o autor, é deter visibilidade pública, interferir no processo de construção da notícia (*newsmaking*) e na formatação do imaginário coletivo, e isto só é possível, se a organização estiver inserida no espaço midiático. O autor também denomina o fenômeno como Jornalismo das Fontes, atividade que se caracteriza pela coleta, seleção, tratamento, filtragem e difusão de informação por entidades, movimentos, grupos sociais e é resultado das transformações socioculturais brasileiras.

Presenciamos um momento de transformações, motivadas por aspectos políticos, econômicos, tecnológicos, culturais, que impactam na dinâmica de produção jornalística, assim como nas nossas formas de vida, interação e sociabilidade. Novas maneiras de produção de conteúdos e sentidos estão em curso. Mais do que um fenômeno técnico, o ciberespaço é um fenômeno social.

Tendo em vista tais mudanças estruturais sofridas pelo jornalismo contemporâneo, especialmente as transformações no processo da produção de conteúdos no universo digital com a emergência de novos falantes, novos modelos narrativos (formas de relato) e produtos midiáticos, esta pesquisa pretende olhar, a partir das mediações travadas por grupos de jovens com os conteúdos on-line de

mídias tradicionais, sua participação na produção de novos conteúdos para a circulação no dinâmico cenário da notícia e dos conteúdos hipertextuais.

Em um cenário de ostensiva e descentralizada produção e consumo de conteúdos midiáticos digitais, a pesquisa pretende trabalhar com três grupos de jovens em coletivos produtores de conteúdos, observando suas dinâmicas de recepção, atribuição de sentidos aos conteúdos jornalísticos das mídias tradicionais e suas dinâmicas como produtores e distribuidores de novos conteúdos, além dos valores que os direcionam. São questões que nos orientam: - Quais as leituras, sentidos atribuídos por estes jovens aos conteúdos que consomem no panorama noticioso brasileiro? Que mediações decorrem dessas leituras em um caminho de reinvenção desses conteúdos e produção de novos? - Quais são e como se dão os fazeres destes jovens no universo da comunicação hipertextual? Que dinâmicas produtivas orientam estas novas práticas jornalísticas? Que formas encontram para produção e divulgação de seus conteúdos a partir das múltiplas possibilidades oferecidas pela web? Como podemos compreender, categorizar os conteúdos, práticas e narrativas produzidas nestas mídias, por estes jornalistas? - Estas novas narrativas e suas dinâmicas de produção, distribuição e consumo, inauguram novas formas de atribuir valores e classificar estes conteúdos, resignificando/revendo conceitos fundamentais do jornalismo como os de credibilidade e confiança por parte do leitor? - Que proximidades e contradições estão postas na relação destas novas mídias com o jornalismo das mídias ditas tradicionais? Que hibridismos podemos verificar desde seu modo de fazer até sua narrativa, em um movimento de aproximação e afastamento, crítica e inspiração, absorção e ruptura, com os processos tradicionalmente colocados?

A origem destes coletivos de mídia, em alguma ou várias medidas, alternativos, tem origem nas mediações que travam com os conteúdos que consomem pela mídia tradicional. Este contexto midiático tradicional, predominante nos fluxos de comunicação jornalística brasileira, oferece pouca diversidade de pontos de vista, por vezes fazendo uma cobertura bastante parecida, declarada apartidária e com interesses particulares pouco claros, quase nunca expostos.

A partir dessas mediações, e não somente delas, estes coletivos possuem uma natureza engajada, com pretensão de um jornalismo elucidador, e por que não transformador. Um jornalismo de ação, como proclamado pela maioria. Um ideário

de compromisso com a sociedade está presente para estes grupos. A dimensão da ação

jornalística, da interferência do jornalismo na realidade está posta para eles, sem constrangimentos. Suas práticas jornalísticas parecem orientadas por esta perspectiva.

As dinâmicas de conteúdos, a princípio a partir da observação de suas narrativas, parecem utilizar muito das referências jornalísticas tradicionais no que tange a questão do culto à apuração. O jornalismo de ação vai a campo, muitas vezes não só com a pretensão do tempo real, mas com a de fazer parte, se fundir ao acontecimento. De preferência sem edição, sem cortes, numa busca à exposição dos fenômenos tal qual como ocorrem, uma busca da realidade e da veracidade. O uso de recursos multimídias, de aparatos tecnológicos e das possibilidades geradas pelos seus avanços, hoje amplamente disponíveis e difundidos, é uma constante na atuação dos grupos.

Nesta perspectiva, suas narrativas, distribuídas na maioria das vezes online, apresentam formatos diferentes dos tradicionalmente colocados tanto pelas mídias tradicionais (em sua maioria transpondo conteúdo para a rede), quanto pelos ditos jornais online (nascidos na rede ou migrados para ela). As diferenças na narrativa em relação à grande mídia dizem respeito não só na orientação política e ideológica das pautas, na forma de apuração e edição, mas acentuadamente na busca de novos modos de transmitir, divulgar, e expor o acontecimento. Assim, os recursos multimídia, as potencialidades da web são bastante exploradas, numa narrativa que efetivamente rompe com o modo tradicional de dar a notícia.

É possível ainda, que, além da aparente valorização da apuração, premissa universal do bom jornalismo, estes grupos tenham muito mais em comum, apesar de seus constantes posicionamentos e ênfases como diferentes, alternativos, por vezes independentes, com relação às mídias tradicionais, quando observados os valores que os orientam e suas formas de fazer o jornalismo. Estes encontros e desencontros, diferenças e similitudes, pretendem ser explorados pela pesquisa.

Novas tecnologias e dinâmicas sociais

A sociedade é feita de trocas. As categorias que hoje deveriam ser retomadas para se pensar a comunicação são “troca” e “interação” Jesus Martín-Barbero

Os consideráveis e expressivos avanços tecnológicos e as novas tecnologias da comunicação, com novos e onipresentes dispositivos midiáticos, emergidos nas últimas décadas, acarretaram transformações por toda a vida social contemporânea, desde os relacionamentos familiares, dinâmicas pessoais, até as variadas áreas do conhecimento, incluindo a forma com que os trabalhos são pensados e executados – das técnicas pontuais até às sofisticadas engrenagens macroestruturais. São novas maneiras de interação e conversação que reconfiguram as dinâmicas do viver. Isto já está colocado, de forma exaustiva e quase unânime.

A *Internet* ora é apontada como mundo de todas as oportunidades, com todo o conhecimento coletivo produzido a cada segundo a disposição, em uma espécie de culto tecnicista (WOLTON, 2011), ora é apontada como responsável por comportamentos considerados ruins, pela indução ao consumo de conteúdos impróprios. Se de um lado ela potencializa articulações juvenis, fluxo de informação que favorece uma comunicação transformadora, como nos casos dos movimentos sociais que sacudiram a ordem política no mundo árabe e desafiaram instituições políticas na Europa e Estados Unidos entre 2009 e 2011, (CASTELLS, 2013), de outro lado, são socialmente recorrentes abordagens jornalísticas em busca de especialistas que orientem os pais em como agir com seus filhos diante dos considerados perigos da rede, que muitas vezes atentam contra a própria vida¹. Nas notícias de crimes e conflitos cotidianos têm sido uma constante a presença das novas tecnologias e programas de interação nos meandros das histórias.

Se por um lado o mundo novo permeado pelas novas mídias nos fascina, pela multiplicidade de interação e informação, por outro nos aterroriza e nos recoloca diante de questões anteriores e fundamentais como a convivência, a tolerância, o encontro, a compreensão, a comunicação. Que só faz sentido através da existência do outro (WOLTON, 2011).

¹ Casos de jovens combinando, discutindo ou até mesmo transmitindo suicídio pela rede preocuparam o mundo, como foi o caso do jovem de 19 anos em Broward County, na Flórida, que cometeu suicídio em frente a uma *webcam* e deixou que a câmera transmitisse a mais de 1.500 pessoas a sua morte. O assunto causou grande repercussão na rede e no noticiário brasileiro. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI18575-15228,00.html>. Acesso em: 10 jul. 2016.

Não é tarefa fácil compreender estes fenômenos. Tampouco circunscrevê-los e dimensioná-los, mesmo ao recortar um aspecto da realidade a ser observado. A respeito da imprecisão e dificuldade de lidar com as questões relacionadas às tecnologias, o pesquisador Jesús Martín-Barbero, em entrevista à Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2009, p. 147), assinalou:

Hoje em dia aparecem duas palavras potentes: tecnologia e globalização. O que significa tecnologia? Milhares de coisas. Quando dizíamos “novas tecnologias”, estávamos falando de satélites, de parabólicas, do início da eletrônica, mas sabíamos do que estávamos falando. Hoje, dizer tecnologia é dizer demasiadas coisas, mas com uma concepção que continua sendo ainda mais radicalmente instrumental, pois que instrumento estratégico do mercado. Mas pode-se notar que as próprias palavras foram implodidas. Noto que se há uma palavra com um campo semântico muito impreciso, nebuloso, confuso, é tecnologia. Já não significa mencionar os meios que usamos, pois quando alguém dizia “meios” sabia o que estava nomeando. Hoje, quando dizemos tecnologia, não sabemos muito bem o que estamos nomeando (LOPES, 2009, p. 147).

Ele aponta a expansão do uso dos telefones celulares, (quase 75% da população da Colômbia, seu país de residência,) e diz que estamos falando daqueles que têm menos posses. O teórico menciona que, por vezes, pensamos que demorariam séculos para estarem conectados, e que já estão conectados, e com uma enorme criatividade, porque isso permite novas formas de comunicação familiar e cultural. Portanto, diz o autor:

Quando dizemos tecnologia, o que estamos nomeando não é somente uma coisa, mas um âmbito extremamente potente, tanto de linguagens como de ações, tanto de dinâmicas sociais, políticas e culturais, quanto de interrogações sobre o que significa o social hoje. Assim, quando passamos ao campo das interrogações, é que realmente explode a epistemologia, porque ainda há muita concepção instrumental – à direita e à esquerda – para falar das novas tecnologias (LOPES, 2009, p. 148).

Felinto (2006, p. 02) afirma que o termo cibercultura parece evocar muito mais uma névoa de ideias, uma intuição a respeito de um contexto cultural do que uma definição precisa. Autores como André Lemos costumam equipar cibercultura com cultura contemporânea. O autor chama a atenção, no entanto, para a necessidade de esboçar especificidades, e diz: “É fato que não há domínio da vida contemporânea que não esteja, de certo modo, embebido na experiência tecnológica. [...] toda cultura é, desde sempre, uma tecnocultura” (ERICK DAVIS, 1998, apud FELINTO, 2006, p. 10).

No entanto, afirma o autor:

A cibercultura parece ser aquela esfera da experiência contemporânea na qual o componente tecnológico passa a ser pensado, reflexivamente, como o fator central determinante das vivências sociais, das sensorialidades e das elaborações estéticas. Em outras palavras, mais que uma tecnocultura, a cibercultura representa um momento em que a tecnologia se coloca como questão essencial para toda a sociedade em todos os seus aspectos, dentro e fora da academia (FELINTO, 2006, p. 03).

Felinto (2006) evidencia que a experiência tecnológica tem sido um problema explícito para todas as sociedades ocidentais desde pelo menos a Revolução Industrial. Dessa forma, com ênfase à tecnologia comunicacional, o surgimento dos meios de massa coloca o tema da comunicação em questão central desde meados da década de 1940. “Pode-se pensar que os pensadores da cibercultura não fazem muito mais que reeditar as posições teóricas representadas por teóricos como Adorno e McLuhan” (FELINTO, 2006, p. 3).

Vivemos um momento de fascínio com os meios de comunicação. “A miniaturização das tecnologias de comunicação, bem como sua crescente mobilidade, presentes em aparatos como telefones celulares, *palmtops* e *notebooks* tornaram a comunicação mediada um fenômeno tão ubíquo que já não é mais possível escapar do mandado da comunicação” (FELINTO, 2006, p. 3).

A passagem do paradigma analógico para o digital marca de forma ontológica a cibercultura em relação aos períodos precedentes, em um processo de “informatização” do mundo – uma visão na qual toda a natureza, incluindo a subjetiva, pode ser compreendida como padrões informacionais passíveis de digitalização em sistemas computacionais. O digitalismo, portanto, constitui o instrumento unificador da visão de mundo cibercultural (FELINTO, 2006, p. 04).

Diante do caráter difuso da cibercultura, Felinto (2006) “arrisca” (como ele mesmo diz) buscar o conceito de imaginário, argumentando que este pode contribuir para uma compreensão acerca das formas de sociabilidade, representações sociais e estéticas que o termo cibercultura produz.

Imaginário tecnológico é uma espécie de força social que projeta sobre a tecnologia determinadas imagens, expectativas e representações coletivas. A cibercultura poderia, assim, ser definida como um imaginário tecnológico fecundado a partir do paradigma (e visão de mundo) digital. [...] O imaginário tecnológico compreende, portanto, os processos por meio dos quais características, projetos e sonhos de determinadas época e

sociedade se plasmam em aparatos materiais, bem como o impacto que esses aparatos ensejam, uma vez convertidos em realidades do cotidiano, na imaginação coletiva da cultura no seio da qual foram concebidos (FELINTO, 2006, p. 06).

Para Felinto (2006, p. 08), a cibercultura é uma ficção social, para a qual colaboram até mesmo as teorias da cibercultura, ressaltando a importância das ficções para a vida social. Ele considera que há muito pouco de científico e tecnológico nos discursos da tecnocultura contemporânea. “Pelo contrário, em seu cerne encontra-se o que poderíamos definir como um impulso religioso ou metafísico”. O autor cita Francisco Rudger (2002, p. 10), quando este adverte: “O ocidente parece investir nos meios mundanos de sobrevivência um significado espiritual e uma direção transcendente, retomando em ampla escala um projeto que brotou das teodiceias medievais”.

Felinto (2006, p. 08) acrescenta que há nos discursos da cibercultura um desejo religioso de transcendência, a tecnologia se apresenta como uma espécie de magia, como propulsora de uma mítica comunicação total. “Não resta dúvida que a cibercultura se constitui em uma espécie de religião informática na qual os termos *communicare* e *religare* se encontram intimamente conectados”.

Com o objetivo de questionar os *slogans* generalistas que permeiam as discussões acerca das mídias digitais, levantando suas controvérsias, Primo (2013, p. 14) chama a atenção para os aspectos da cultura, como na reflexão de Jenkis em Cultura da Convergência, nos quais o que importa são os aspectos culturais que decorrem da aproximação entre audiências e as grandes instituições midiáticas e a circulação de tais produções entre diferentes meios de comunicação. Diz o autor:

Posições maniqueístas não são suficientes para a compreensão da estrutura midiática contemporânea e dos processos comunicacionais envolvidos. Ora, o atual cenário midiático já não permite análises fundamentadas em polarizações como indústria versus audiência, celebridades *versus* fãs, produtos culturais massivos (maus) *versus* produção independente (boa e autêntica). Tais oposições escondem as inter-relações da estrutura midiática contemporânea no seio da cibercultura. O que demanda são investigações que possam reconhecer o todo complexo, que ultrapassem as fáceis e sedutoras posições essencialistas (PRIMO, 2013, p. 15).

O autor reconhece que a cibercultura transformou substancialmente a vida social e que já não é possível pensá-la sem as mediações digitais. Mesmo as perspectivas mais utópicas de transformação “geram movimento e dão sentido e

inspiração a indivíduos e grupos. Mesmo que o alvo da destruição radical da comunicação de massa não tenha sido atingido – e nada indica que isso ocorrerá tão cedo – a estrutura midiática contemporânea revela avanços significativos” (PRIMO, 2013, p. 16).

O processo de democratização e ampliação do acesso às mídias digitais potencializou a participação do receptor, ampliou as possibilidades de expressão e participação na produção e distribuição de conteúdos. No entanto, conforme sublinha o autor:

Não apenas os movimentos sociais souberam utilizar as novas mídias para fins comunitários, comunicacionais e de resistência, como também o próprio mercado percebeu que poderia incorporar a colaboração online em suas estratégias informacionais, promocionais e de venda. As grandes empresas

jornalísticas adotaram em seus periódicos online funções colaborativas aprendidas com os sites de jornalismo participativo (PRIMO, 2013, p. 17).

Ou seja, os processos colaborativos na *internet* servem a propósitos de ações políticas transformadoras, mas também a sedutoras campanhas de *marketing*. E a etiqueta *free* não significa que nenhum pagamento esteja sendo feito. Primo (2013, p. 18) explica que há diversas formas de lucratividade com serviços gratuitos na *web*:

Enquanto para alguns esses novos modelos de negócio exploram consumidores ludibriados e vendem a produção gratuita dos interagentes, para outros é essa justamente a forma justa de circulação de riquezas. [...] o conhecimento e a colaboração tomaram o palco central, antes ocupado pela fábrica (PRIMO, 2013, p. 18).

A emergência de novas falas, novos produtores, a ampliação da liberdade de expressão e democratização dos meios não implodiram o capitalismo, mas estão transformando-o com base em seu próprio interior. “Não se trata da derrocada da força popular, nem da vitória definitiva do capital multinacional. Ao que tudo indica, as fronteiras entre o que antes era visto como polos que se negavam vêm sendo de fato borradas” (PRIMO, 2013, p. 19).

O autor alerta, no contexto das novas tecnologias de comunicação e revisão de perspectivas e conceitos, para a importância de se olhar o que chama de condições de recepção, ‘condições de interação’. “É preciso investigar-se as interações, as associações, e não simplesmente os recursos das tecnologias” (PRIMO, 2013, p. 16).

Para ele:

O contraste entre a comunicação massiva e outros níveis midiáticos só poderá ser plenamente compreendido se os movimentos interacionais forem estudados em todas as suas dimensões e, de preferência, enquanto eles ocorrem. Ou seja, é preciso observar-se como os interagentes envolvidos negociam suas posições de produção e recepção e como elas se alternam (as condições de interação) (PRIMO, 2013, p. 27).

Pensar as interações mediadas pelo computador (*smartphones, tablets*) colocando em polos opostos e que se negam a emissão e a recepção “prejudica a compreensão do processo midiático enquanto complexidade não redutível ou particionável” (PRIMO, 2013, p. 30).

Estudos de Recepção na análise da produção

Os estudos de recepção vivem uma reflexão e em alguma medida uma revisão de perspectivas, de nomenclaturas, tendo em vista o momento de transição do estatuto do receptor, que vem se tornando cada vez mais produtor, um receptor produtor de conteúdo. Críticas vêm sendo apresentadas com relação ao alcance dos estudos de recepção para atender a complexidade dos processos comunicacionais contemporâneos, tendo em vista a “emergência de um novo ‘sujeito comunicante’ no contexto da convergência entre digitalização e mundialização” (PROULX, 2014, p. 85).

O autor indaga: “[...] o que estão se tornando os estudos de recepção em tempos de *web* social e em tempos de um crescimento da comunicação entre pares em detrimento da comunicação de massa?” (PROULX, 2014, p. 90). E descreve o contexto atual:

Um dismantelamento das fronteiras entre a vida privada e a vida pública. [...] nós nos vemos diante de uma multiplicidade de fontes de telas numa confusão de gêneros sobre o que é publicidade, o que é informação pública, o que é comunicação, numa convergência entre o conteúdo das antigas mídias e os novos dispositivos interativos digitais, que nos permitem remixar antigas mídias com elementos de criação inovadora (PROULX, 2014, p.90).

Vivemos em meio a uma multiplicidade de telas, agora interativas, do celular ao computador. “Estamos diante de uma hibridação dos nossos modos de difusão, distribuição e de comunicação”. E, o teórico questiona:

Os estudos de recepção têm futuro? Estamos assistindo a uma espécie de esgotamento dos estudos de recepção em sua forma convencional, seja em reação aos trabalhos sobre a decodificação, seja sobre a etnografia. Há outro limite dos estudos de recepção clássicos que diz respeito ao fato de

talvez serem muito dependentes de modelos teóricos da comunicação que foram canônicos, com emissor, mensagem e receptor. Por definição, se falamos em recepção, é porque postulamos estes polos. Talvez haja necessidade de superar epistemologicamente essa visão do modelo teórico da comunicação (PROULX, 2014, p. 90).

Para o autor, estamos em um cenário de fusão do polo da produção e o polo da recepção, onde há a figura do usuário produtor:

Estamos diante de ‘interatores’, não mais usuários passivos, e sim usuários que selecionam, orientam, recebem, interpretam, remixam, criam, transmitem mensagens. Estas tecnologias interativas definem a atividade de criação de conteúdos pelos usuários como elemento central de um novo ambiente informacional. [...] A web social situa as atividades de criação e interpretação no centro das práticas e dos usuários; mais do que nunca, os ‘interatores’ orientam e constroem sua própria cultura midiática (PROULX, 2014, p. 91).

Proulx (2014) faz alguns apontamentos para os estudos de recepção no mundo digital, a se destacar: as perspectivas que abordem o que os usuários fazem com os conteúdos na vida cotidiana e pública, indo além do interesse pelo modo como os indivíduos interagem com estes conteúdos; a observação do que chama de ‘dupla articulação’, a junção de modelos de análise da tradição dos estudos de uso com modelos de análise da tradição de estudos de recepção, articulando o aspecto material ao simbólico e as perspectivas que desconstruam as categorias de público e também as de recepção, na busca de abordagens híbridas, com várias tradições de estudos, em especial os de política.

Jacks (2015, p. 240) chama a atenção para o conceito cunhado por Orozco, de *comunicantes* para expressar a interação do receptor com os meios em contextos de convergência. Diz o autor:

[...] há que se reconhecer que a tendência dos comunicantes contemporâneos é a de deixar de serem audiências definidas pelos modos de estar como receptores da comunicação, para serem em função dos modos de atuar como usuários e emissores na produção comunicativa, onde a criação e a interatividade predominam (OROZCO, 2011 apud JACKS, p. 241).

Ainda com base em Orozco, Jacks (2015) observa que a circulação do termo recepção se atualiza em expressões como: ‘recepção hiperativa’ e interativa, ou mutante, em referência aos modos contemporâneos de atuação junto à mídia. E afirma:

A situação hoje é mais pungente diante da convergência midiática, o que reforça a necessidade de cunhagem de novo(s) termo(s), mais adequado(s)

e ao mesmo tempo com plasticidade capaz de vencer a força semântica do termo recepção, que diz tudo ou quase tudo sobre o que está sendo referido, sendo que agora há necessidade de incluir a participação do receptor no âmbito da produção (JACKS, 2015, p. 241).

O fenômeno leitor-autor, a participação cada vez mais efetiva dos antes públicos/audiências/massas/receptores/consumidores/sujeitos, como produtores de conteúdos de várias natureza (relatos pessoais em *blogs* e mídias sociais, participação no chamado jornalismo tradicional, conteúdos em mídias alternativas ou mídias das fontes) se não inaugurado, potencializado pelos avanços tecnológicos em especial a *internet*, ao mesmo tempo embaralha os processos e práticas que envolvem os âmbitos tradicionais da produção e da recepção, como também reafirma a importância dos estudos de recepção para os estudos da comunicação, mesmo que revendo perspectivas conceituais e metodológicas.

Jacks (2015, p. 244) afirma que estas transformações, “borram as fronteiras entre emissão e recepção, obrigando a teoria e a pesquisa a se reposicionarem para entender o que está ocorrendo com a interação e a aproximação destas duas instâncias nos processos e práticas de comunicação”. O fenômeno se torna ainda mais complexo se pensarmos que os conteúdos das novas e velhas mídias convivem, se tornam híbridos, “reconfigurando a relação entre as tecnologias, indústria, mercados, gêneros e público” e se pensarmos no aspecto cultural da convergência: “hoje a recepção não é um processo de mão única em se tratando do fluxo de participação e mesmo de produção de conteúdo, o que, aliás, em outros aspectos como a produção simbólica, nunca foi” (JACKS, 2015, p. 247).

Usando a metáfora ‘da agulha ao *chip*’, para descrever o desenvolvimento das teorias da comunicação, Jacks (2015) observa que elas:

[...] começam interessadas pelos efeitos dos meios massivos e hoje tematizam as profundas mudanças sociais e culturais, as quais devem ser centrais na busca da compreensão dos fenômenos comunicacionais e culturais pelas quais passam a humanidade, cada vez mais perpassados pela imbricação entre as esferas midiáticas (JACKS, 2015, p. 244).

Diante deste fenômeno complexo, multidimensional e interconectado, Jacks (2015) aponta como uma possibilidade concreta a lógica proposta por Jesús Martín-Barbero, e explica:

[...] entrar aos processos comunicacionais sem descuidar dos aspectos estruturais e estruturantes dos meios, chegando a eles justamente pelo percurso dos vínculos estabelecidos pelos fluxos, usos e apropriações dos

conteúdos elaborados pelos receptores, como uma estratégia efetiva para desentranhar os novos modos de relação entre os meios e audiências (JACKS, 2015, p. 249).

Ou seja, devemos analisar de modo articulado os movimentos dos meios e de seus públicos, pelas mediações que os vinculam, que são diferentes, mas exercem papel configurador, tendo em vista fatores contextuais e estruturais que os relacionam.

É preciso recuperar os caminhos da circulação de produtos e mensagens e seus fluxos, para posteriormente indagar sobre os que estas marcas têm a ver com os usos e apropriações dos receptores, que seguramente estão permeadas por práticas no mínimo híbridas, em termos de sua origem analógica e digital, sem contar com as práticas culturais mais tradicionais (JACKS, 2015, p. 250).

Para Lopes (2014) a teoria latino-americana das medições possui uma contribuição distintiva que ultrapassa abordagens fragmentadas e simplistas, “posicionando as mediações como uma perspectiva teórica integrada da produção, produto e audiência dentro dos estudos comunicacionais”. A comunicação desta forma passa a ser vista como produtora de sentidos, diferentemente dos enfoques produtivistas, e colocando que *‘mais do que os meios, a comunicação hoje é uma questão de mediações’* (BARBERO apud LOPES, 2014, p. 66). A autora explica que:

O resultado é um desenho complexo de pesquisa que envolve a estrutura e a dinâmica da produção de conteúdos, os usos e apropriações desses conteúdos e a composição textual dos mesmos. Note-se que esta perspectiva teórica vai além da proposta que caracteriza a maioria dos estudos de recepção, porque é a partir de um deslocamento para o interesse cultural e político com o que as pessoas fazem com a mídia no seu cotidiano que passa a desenvolver-se uma forte tendência para a pesquisa de recepção (p.66).

Para a autora, a recepção é um fenômeno político e cultural e a contribuição diferenciadora da América Latina para as teorias das mediações é a compreensão de que a produção e a reprodução social do sentido envolvidas nos processos culturais não são apenas uma questão de sentido, mas uma questão de poder.

Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto de natureza micro (o ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macro (a estrutura social que escapa a esse controle). A recepção é por isso um contexto complexo, multidimensional em que as pessoas vivem suas vidas diárias e em que, ao mesmo tempo, se inscrevem em relações de poder estruturais e históricas que extrapolam suas atividades cotidianas (p. 67).

Santos (2012), em estudo sobre recepção de jovens, afirma que deslocar os estudos dos meios às mediações é investigar ‘as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais’ (BARBERO, apud SANTOS, 2012, P. 118). Ela diz:

É assumir que os sentidos circulam na sociedade, nos grupos, nas comunidades, e sofrem a influência (na produção e na recepção) do ambiente cultural social e econômico. No cenário da pós-modernidade, os novos arranjos sociais denominados “fragmentações sociais”, a multiplicidade e as interseções de tempo-espaço são os referentes para uma análise que tente captar a “socialidade” dos grupos e os sentidos que atribuem ao discurso midiático (SANTOS, 2012, p. 118).

Lopes considera que a teoria da recepção de Martín-Barbero deve ser vista como uma perspectiva de investigação e não como área de pesquisa sobre a audiência. “Trata-se de uma tentativa de superação dos impasses a que tem nos levado a investigação fragmentada e, portanto, redutora do processo da comunicação em áreas autônomas de análise: da produção, da mensagem, do meio e da audiência” No entanto, ressalta a autora, após 10 anos está ficando claro que o novo na teoria é “propor uma abordagem que mostrasse a importância da mediação para os estudos de comunicação como um todo” (p.68).

Ela chama de integradora e compreensiva a perspectiva de Martín-Barbero, tendo em vista que todo o processo de comunicação é articulado a partir das mediações. E cita o autor:

As mediações são esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver (MARTÍN-BARBERO, 1992, apud LOPES, p. 68).

Lopes propõe pensarmos a mediação como uma estrutura incrustada na vida e práticas sociais e por estas práticas cotidianas travamos múltiplas mediações.

É um conceito síntese que capta a comunicação a partir de seus nexos (“nós”), dos lugares a partir dos quais se torna possível identificar a interação entre os espaços da produção e do consumo da comunicação. De modo que a própria produção é vista em diálogo com as demandas sociais e com as novas experiências culturais que emergem historicamente a partir da materialidade social (LOPES, 2014, P.68).

O estudo dos grupos de mídia jovens circunscritos, geração familiarizada e muitas vezes nascida em uma imersão tecnológica atual e diferenciada, pode revelar tendências e evidenciar respostas a questões relevantes do cenário atual de produção jornalística e cultural. Estamos diante um contexto de efervescências de questões e de diversidades culturais, de múltiplas possibilidades de expressão e articulação individual e coletiva por meio das novas tecnologias de comunicação digital, que inauguram ou acentuam novos formatos, novos percursos produtivos e de disseminação de narrativas e atribuição de sentidos a produtos coletivamente produzidos.

Referências bibliográficas

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e esperança: movimentos sociais na era da *internet***. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA

COMUNICAÇÃO. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. Comitê gestor da Internet no Brasil. **Pesquisa TIC Domicílios 2013: Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil**. São Paulo: 2014.

CHAPARRO, M. C. Cem anos de assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia**. 2. ed. São Paulo-SP. Ed. Atlas S. A, 2003.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 3. ed. Editora Summus São Paulo-SP, 2007.

FELINTO, E. **Os computadores também sonham? Para uma teoria da cibercultura como imaginário.** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 15, p. 1-15, julho/dezembro 2006.

JACKS, N. A. **Da agulha ao chip: brevíssima revisão dos estudos de recepção.** Intexto, n. 34, p. 236-254, set./dez. 2015.

LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** Porto Alegre, Sulina, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Uma aventura epistemológica. Entrevista com Jesús Martín-Barbero. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 7. ed.

1. reimp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. **O jornalismo em tempos de mudanças estruturais.** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, janeiro/junho de 2011.

PRIMO, A. **Interações mediadas e remediadas:** controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex. (Org.). **Interações em rede.** Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 13-32.

PROULX, S. Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração? **Questões Transversais-Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 1, n. 2, 2014.

SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo.** Casa das Musas, 2005.

_____. **Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal.** Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SANTOS, M. **Estudos de recepção de jovens: aproximações e reflexões.** São Paulo: Revista EXTRAPRENSA (USP), Ano VI, n.10, junho/2012

WOLTON, D. **Informar não é comunicar.** Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ACESSIBILIDADE E MULTIMÍDIA: O CASO DO YOUTUBE

FERNANDA BRASILEIRO
Universidade Nova de Lisboa
nandasab@gmail.com

Resumo

Fundado em 2005 e contando atualmente com mais de 1 bilhão de usuários, o YouTube tornou-se uma das maiores redes sociais da web. A plataforma de distribuição de conteúdo deixou há muito tempo de ser apenas uma página para exibição de vídeos para configurar-se também como uma ferramenta de empoderamento e interação. Considerando-se a sua importância para a sociedade e o fato de que, segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS), 15 % da população mundial viva com alguma deficiência, o presente estudo visa investigar o nível de acessibilidade do YouTube, através de uma avaliação digital gerada pelos sites AccessMonitor, AChecker e WAVE, seguindo as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web. Este trabalho também visa propor uma reflexão sobre a construção da acessibilidade no espaço digital e como o crescimento da disseminação do conteúdo multimídia na web sem o devido cuidado com a acessibilidade podem contribuir para o aumento da exclusão social e digital de pessoas com algum tipo de deficiência.

Palavras-chave: acessibilidade, youtube, web, deficiência, wcag

Abstract

Founded in 2005 and currently counting more than 1 billion users, YouTube has become one of the largest web sites. The content distribution platform has long since been just one page for video viewing to also be configured as an empowerment and interaction tool. Considering its importance to society and the fact that, according to data from the World Health Organization (WHO), 15% of the world population lives with some disability, this study aims to investigate the level of accessibility of YouTube, through a digital evaluation generated by the AccessMonitor, AChecker and WAVE sites, following the Web Content Accessibility Guidelines. This work also aims to propose a reflection on the construction of accessibility in digital space and how the increase of the dissemination of multimedia content on the web without due accessibility can contribute to increasing the social and digital exclusion of people with some form of disability.

Keywords: accessibility, youtube, web, disability, wcag

1. Introdução

Em 1997, o *World Wide Web Consortium*¹ (W3C) lançou a *Web Accessibility Initiative*² (WAI), afim de promover e alcançar a funcionalidade da *web* para pessoas com deficiência. À época, o uso e a popularidade da Internet ainda eram incipientes ao compararmos com os dias atuais, no entanto, Tim Berners-Lee, o inventor da World Wide Web e diretor do W3C à altura, já demonstrava a importância da acessibilidade ao afirmar que seria crítico que a *web* fosse usável por qualquer um, independente das capacidades individuais e deficiências³. Ao idealizar a *web*, Tim Berners-Lee imaginou que seria um meio poderoso para pessoas com deficiência, oferecendo-lhes acesso à informação e inclusão social (Lee, 1997 como referido em Kent & Ellis, 2015).

Duas décadas depois, apesar dos grandes avanços da tecnologia, o desafio se mantém: a acessibilidade na internet. Segundo dados divulgados pela Organização Mundial de Saúde (OMS), no Relatório Mundial sobre a Deficiência, publicado em 2011⁴, estima-se que 15% da população mundial viva com alguma forma de deficiência, soma que corresponderia a 1 bilhão de pessoas no mundo. Ao levar-se em consideração a influência da tecnologia em nossas vidas e a existência digital, é inconcebível pensar em projetos de desenvolvimento na *web* que deixem à margem uma parcela tão elevada da população.

Para Torres, Mazzoni & Alves (2002), as primeiras batalhas e conquistas do movimento pró-acessibilidade foram travadas com relação ao espaço físico e, apesar de ainda não ser possível considerar que a acessibilidade já foi alcançada no meio, os movimentos seguem avançando e, agora lutam pela acessibilidade no espaço digital. Ao pensarmos em como a tecnologia está intrinsecamente ligada à nossa rotina diária, é imperativo refletir sobre o acesso universal à informação na *web*, assim como refletir sobre o acesso a prédios e lugares públicos na cidade. Segundo Torres, Mazzoni & Alves

¹ <https://www.w3.org/>

² <https://www.w3.org/WAI/>

³ <https://www.w3.org/Press/WAI-Launch.html> Acessado em 5 de janeiro de 2017

⁴ http://www.who.int/blindness/AP2014_19_English.pdf Acessado em 5 de janeiro de 2017

(2002), a acessibilidade é um conceito que envolve tanto aspectos do espaço físico, o espaço em que vivemos, quanto do espaço digital.

Pesquisas em mídia social e acessibilidade (Borrino, et al., 2009; Dale, et al., 2012; Fuglerud, et al., 2012; Hollier, 2012; Holone, 2012) descobriram que as pessoas com deficiência muitas vezes lutavam para acessar sites de mídia social populares como Facebook, YouTube, Twitter e LinkedIn devido a problemas de acessibilidade da Web, impedindo suas oportunidades de participação⁵ (Brown, J. & Hollier, S., 2015, p.7)

Hurley (2008) observou que em 1998, a realidade dos vídeos na *web* era pouco mais que uma ideia, mas que fatores como o crescimento da banda larga e a queda no custo de equipamentos para a produção de vídeos ajudaram a disseminar a cultura multimídia, de tal forma que está tornando-se incomum não encontrar um componente audiovisual em sites de notícias, entretenimento e informação.

Rosas-Villena, Ramos, Fortes & Goularte (2013) afirmam que o conteúdo multimídia, tomando por exemplo o *YouTube*, *Facebook* e *Netflix*, tem hoje grande impacto sobre a vida das pessoas e é necessária atenção especial para a sua capacidade de acessibilidade.

Recentemente, a produção e disponibilidade de conteúdo multimídia da Web, como vídeos, aumentaram. Neste cenário, é importante considerar requisitos de acessibilidade para que qualquer usuário possa transpor as barreiras ao acesso ao conteúdo, independentemente das limitações impostas por qualquer deficiência ou alguma restrição temporária⁶ (Rosas-Villena, Ramos, Fortes & Goularte, 2013, p. 481)

O serviço de *streaming* de vídeos do Google, YouTube, já ultrapassou a marca de 1 bilhão de utilizadores⁷, representando um terço de todos os indivíduos presentes na internet. Segundo Wamser, Pries, Dtaehle et al (2011 como referido em Wamser, Casas, Seufert, Moldovan, Tran-Gia & Hossfeld, 2016), a cada minuto, 100 horas de material em vídeos são carregadas para o site.

A importância do YouTube não se mede apenas com o elevado número de usuários, mas também através da influência e do alcance da plataforma. O site tornou-se um dos

⁵ Em tradução livre do original em inglês: “Research into social media and accessibility (Borrino, et al., 2009; Dale, et al., 2012; Fuglerud, et al., 2012; Hollier, 2012; Holone, 2012) found that people with disabilities often struggled to access popular social media Web sites such as Facebook, YouTube, Twitter and LinkedIn due to Web accessibility issues, preventing their opportunity for participation”

⁶ Em tradução livre do original em inglês: “Recently, the production and availability of multimedia Web content, as videos, have increased. In this scenario it is importante to consider accessibility requirements so that any user can whelm the barriers to access content regardless of the limitations imposed by either deficiency or some temporary restriction”

⁷ <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> Acessado em 5 de janeiro de 2017

serviços mais populares da internet na atualidade e é responsável por 20% do tráfego da rede (Sandvine, 2014 como referido em Wamser, Casas, Seufert, Moldovan, Tran-Gia, & Hossfeld 2016). Além disso, a plataforma permite o empoderamento dos usuários, uma vez que além da possibilidade de assistir e comentar nos vídeos, os usuários também podem produzir o próprio conteúdo e disponibilizar para o mundo inteiro.

O presente trabalho visa investigar a acessibilidade do YouTube e propor uma reflexão sobre a importância da acessibilidade para a *web*, mais especificamente sobre o conteúdo multimídia disponibilizado na internet, uma vez que desenvolver projeto acessíveis contribui para a erradicação da exclusão digital. Além disso, como aponta Henry (2006), a acessibilidade não fica restrita apenas à parcela da população que apresenta alguma deficiência, mas também traz melhorias na usabilidade para todos os indivíduos.

2. Desafios da acessibilidade

Henry (2006, p.2) observa que a “acessibilidade na *web* significa que pessoas com deficiência possam usar a *web*, mais especificamente, que elas possam perceber, entender, navegar e interagir com ela”. No entanto, apesar de parecer simples no papel, acessar certos sites pode tornar-se uma tarefa hercúlea para pessoas com deficiência, pois a acessibilidade não foi levada em consideração no momento do desenvolvimento da página.

O problema é que a maioria dos sites têm barreiras de acessibilidade que tornam difícil ou impossível para muitas pessoas com deficiência a usá-los. E a maioria das ferramentas de software da *web* não é suficientemente acessível para as pessoas com deficiência, tornando difícil ou impossível para eles contribuir para a *Web*. Isso é algo muito importante. Muitos milhões de pessoas têm deficiências que afetam seu uso da *Web*. A acessibilidade da *Web* consiste em remover essas barreiras para que as pessoas com deficiência possam usar e contribuir para a *Web*⁸ (Henry, 2006, p.2)

⁸ Em tradução livre do original em inglês: “The problem is that most websites have accessibility barriers that make it difficult or impossible for many people with disabilities to use them. And most web software tools are not sufficiently accessible to people with disabilities, making it difficult or impossible for them to contribute to the Web. This is a very big deal. Many millions of people have disabilities that affect their use of the Web. Web accessibility is about removing those barriers so that people with disabilities can use and contribute to the Web”

Schneiderman (2000) elaborou o conceito de usabilidade universal apresentando a importância do acesso aos serviços na *web* para toda a população apesar de quaisquer condições, como deficiências, diferentes habilidades, idade, gênero e renda, para citar algumas, tal como Henry (2006) também observou. Desse modo, não se pode pensar o desenvolvimento de projetos *web* que não se encaixem no conceito de design universal. Além disso, a usabilidade universal beneficia a todos, não apenas a parcela da população que apresenta algum tipo de deficiência.

Torres, Mazzoni & Alves (2002) vê o conceito de acessibilidade como um processo dinâmico que está associado ao desenvolvimento da sociedade, não apenas como um conjunto de soluções tecnológicas para os problemas de usabilidade encontrados por pessoas com deficiência. A acessibilidade deve ser levada em consideração na gestão do projeto, ao integrar as necessidades de toda a população em todos os aspectos do desenvolvimento do site, não apenas em uma série de medidas automatizadas para remediar possíveis problemas posteriores. Para Napolitano, Leite & Martins (2016), a acessibilidade promove a igualdade de oportunidades a todos os indivíduos, em quaisquer circunstâncias, independentemente de suas particularidades.

Modificado ao longo da história, o conceito de acessibilidade deixou de ser um conjunto de soluções para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, para se tornar a forma de construir e planejar arquitetônica, comunicacional, metodológica, instrumental, programática e atitudinalmente serviços de livre acesso a qualquer cidadão, independente de suas características individuais (Napolitano, Leite & Martins, 2016, p. 127)

Ao pensar nos problemas de acessibilidade encontrados na Internet, Brown & Hollier (2015) alertam que tais problemas podem estar impedindo a participação efetiva de pessoas com deficiência na sociedade, uma vez que a vida digital já está tão intrinsecamente ligada à nossa rotina, que já não é mais possível distingui-la da existência analógica. Os autores acreditam ser mais preocupante ainda quando a dependência de informação inacessível faz o indivíduo mudar suas escolhas para outras que não as originalmente pensadas.

O YouTube e outras plataformas ativadas via banda larga aumentaram o impacto das telecomunicações na vida social e nos relacionamentos. A banda larga tem sido creditada com a "abertura do mundo" para as pessoas com deficiência em particular, permitindo-lhes acesso ao emprego e oportunidades sociais. Ao mesmo tempo, as pessoas com

deficiência estão lutando para não ficar para trás nesta revolução digital⁹ (Martínez-Cabrera, 2010, como referido em Ellis, 2010,p. 21-2)

Para Guo et al. (2005 como referido em Adam & Kreps, 2006), “não é o comprometimento corporal, mas a discriminação social e o preconceito que produzem a ‘deficiência¹⁰’”, mostrando que a partir do momento em que as necessidades de pessoas com deficiência são ignoradas ao desenvolver um projeto, gera-se discriminação.

Em uma sociedade preocupada com lucro, muitos creditam a falta de acessibilidade a uma questão econômica, pois aumentaria o custo do projeto. No entanto, Henry (2006), afirma que a eficácia da acessibilidade for aumentada e o custo pode ser diminuído se esta for incorporada desde o início. Adam & Kreps (2006) apontam que um dos fatores que contribuem para a falta da acessibilidade é a não participação de pessoas com deficiência em testes de sites. Outro fator seria a falta de dedicação e reflexão ao desenvolver um projeto, pois, ao invés de pensar no que realmente significa “acesso”, preferimos aceitar o que as ferramentas nos dão. Em Rohwerder (2013 como referido em Kent & Ellis, 2015), é argumentado que os conflitos e crises enfrentados por pessoas com deficiência são decorrentes do tratamento como baixa prioridade.

À medida em que as tecnologias avançam, novas soluções são criadas para problemas de usabilidade e acessibilidade. Apesar de não representarem uma solução única e permanente, o uso de tecnologias assistivas, como softwares de audiodescrição, leitores de ecrã e dispositivos acionados por comando de voz, vem ajudando pessoas com deficiência com a questão da inclusão digital e social. Porém, novos dilemas também são encontrados diariamente, uma vez que os recursos aplicados na web se desenvolvem em velocidade superior. Para Craven (2008 como referido em Ellis, 2010), o crescimento da banda larga aumentou a possibilidade de pessoas com deficiência participarem da vida digital, mas o aumento do uso de elementos gráficos, conteúdo

⁹ Em tradução livre do original em inglês: “YouTube and other platforms enabled via broadband have increased the impact of telecommunications on social life and relationships. Broadband has been credited with ‘opening up the world’ to people with disability in particular, allowing them access to both employment and social opportunities. At the same time, people with disability are struggling not to be left behind in this digital revolution”

¹⁰ No original: “It is not bodily impairment as such, but rather social discrimination and biases that in fact produce 'disability.'”

gerado por utilizadores e o afastamento do uso de standards em browsers criou novos problemas para estas pessoas.

2.1 Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web

Desenvolvidas em sua primeira versão em maio de 1999 e na versão 2.0 em dezembro de 2008, pela *Web Accessibility Initiative (WAI)/ World Wide Web Consortium (W3C)*, as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web¹¹ (*Web Content Accessibility Guidelines - WCAG*) são um “conjunto de recomendações que têm como objetivo tornar o conteúdo Web mais acessível”(WCAG, s.d.)

Como parte da iniciativa, novos elementos e atributos foram introduzidos no código para ajudar a torná-lo mais acessível para pessoas com deficiência. As WCAG fornecem um conjunto de diretrizes para criar páginas da Web acessíveis a todos, independentemente da capacidade sensorial, física ou cognitiva. Para fornecer aos desenvolvedores da Web uma abordagem graduada para a implementação da acessibilidade, foram definidos três níveis - Nível A, Nível AA e Nível AAA - que cobrem itens em páginas da Web que devem, devem e podem, respectivamente, ser acessíveis para pessoas com deficiência acessar conteúdo¹². (Adam A. & Kreps D., 2006, pp. 221-222)

Embora as diretrizes abranjam um largo espectro de incapacidades, “elas não podem contemplar todas as necessidades das pessoas com todos os tipos de graus e combinação de incapacidades. ” (WCAG 2.0, s.d.). Apesar de terem sido desenvolvidas com o objetivo de melhorar o acesso para pessoas com deficiência, o cumprimento das WCAG 2.0 também deixam o conteúdo da Internet mais acessível para todos os utilizadores.

Além das WCAG, outras diretrizes desenvolvidas pela WAI/W3C também são reconhecidas internacionalmente como *standards* para acessibilidade: as Diretrizes de Acessibilidade para Agentes de Utilizador¹³ (*User Agent Accessibility Guidelines -*

¹¹ <https://www.w3.org/TR/WCAG20/> Acessado em 05 de janeiro de 2017

¹² Em tradução livre do original em inglês: “As part of the initiative, new elements and attributes were introduced into the code to help make it more accessible to disabled people. The WCAG provide a set of guidelines for creating Web pages that are accessible to all, regardless of sensory, physical, or cognitive ability. To provide Web developers with a graded approach to the implementation of accessibility, three levels have been defined—Level A, Level AA, and Level AAA—which cover items on Web pages that *must*, *should* and *may*, respectively, be made accessible in order for individuals with disabilities to access content”

¹³ <https://www.w3.org/WAI/intro/uaag>

UAAG) e Diretrizes de Acessibilidade para Ferramentas de Autor¹⁴ (*Authoring Tool Accessibility Guidelines - ATAG*).

Quatro princípios regem as diretrizes, são eles: perceptível, operável, compreensível e robusto e doze diretrizes que “fornecem os objetivos básicos que os autores devem atingir para produzir conteúdo mais acessível a utilizadores com diferentes incapacidades”. (WCAG, n.d.)

3. O poder do YouTube

Fundado em maio de 2005 por Jawed Karim, Steven Chen e Chad Hurley, o site de compartilhamento de vídeos YouTube é o maior meio de comunicação em massa do mundo (Castells, 2009) e conta com mais de um bilhão de utilizadores¹⁵, totalizando quase um terço dos utilizadores da Internet. Em 2007, o site foi adquirido pela gigante Google por US\$ 1,6 bilhões¹⁶. O YouTube já não é apenas um site para assistir vídeo, transformando-se em uma rede social e plataforma de distribuição de conteúdo em que é possível visualizar, desenvolver e interagir.

Todos podem ver vídeos no YouTube. As pessoas podem ver em primeira mão canais de eventos atuais, encontrar vídeos sobre seus hobbies e interesses e descobrir o peculiar e incomum. À medida que mais pessoas capturam momentos especiais em vídeo, o YouTube está capacitando-os para se tornarem os radiodifusores de amanhã¹⁷ (YouTube Company History s.d. como referido em Ellis,2010, pp.21-1/21-2)

¹⁴ <https://www.w3.org/WAI/intro/atag.php>

¹⁵ <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> Acessado em 5 de janeiro de 2017

¹⁶ http://googlepress.blogspot.pt/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html Acessado em 5 de janeiro de 2017

¹⁷ Em tradução livre do original em inglês: “Everyone can watch videos on YouTube. People can see first-hand accounts of current events, find videos about their hobbies and interests, and discover the quirky and unusual. As more people capture special moments on video, YouTube is empowering them to become the broadcasters of tomorrow”

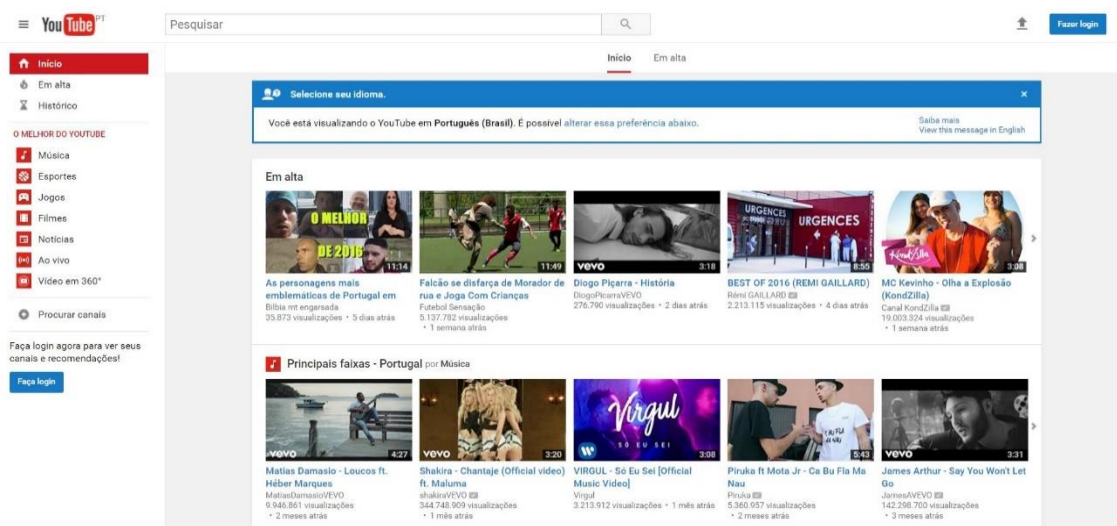


Fig 1: Screenshot da página inicial Do YouTube. Acessado em 04 de janeiro de 2017

Chau (2010) destaca a natureza ativa e participativa da audiência do YouTube, observando que agora os utilizadores podem sair do papel de meros espectadores e podem criar e colaborar com a construção de conteúdo original para o site. Como aponta Lotz (2007 como referido em Kim, 2012), vivemos em uma era caracterizada pela inovação digital e audiências de nicho, em que as plataformas digitais mudaram o modo de assistir TV. Agora o utilizador também pode escolher o que deseja ver, sem ser necessário aguardar por um horário específico na programação da TV ou ficar geograficamente limitado pelo que é transmitido na sua região.

O caráter ativo do utilizador também é apontado pelas diversas formas como ele pode contribuir. Para Chau (2010), essa contribuição é contabilizada em qualquer nível de participação, seja com o simples ato de ver um vídeo, ação simples que já reflete no número de visualizações do vídeo em questão, até a postagem do próprio vídeo. O utilizador também pode dar o *feedback* imediato ao comentar ou atribuir notas, no caso, escolher entre os botões de “Gostei” e “Não Gostei”, ao vídeo assistido. Segundo Chau (2010), essa participação também pode acontecer gradualmente, conforme o utilizador vai se familiarizando com a plataforma. Kavoori (2015) observa que o Youtube se tornou o exemplo do conteúdo gerado pelo consumidor

O conceito de "produser" ou "produsage" (Bruns, 2008) capta isso perfeitamente, onde a distinção tradicional entre "utilizador" e "produtor" é retrabalhada - onde os indivíduos estão usando e produzindo ao invés do modelo dos meios de comunicação em massa, onde usuários e produtores

eram mantidos em espaços diacriticamente opostos institucionais e de visualização¹⁸ (Kavoori, 2015, pp. 5-6)

A transformação do papel do utilizador de espectador para utilizador ativo também permitiu a criação de um espaço no qual o utilizador poderia explorar a própria identidade e o sentimento de pertencimento na comunidade, gerando em troca, lealdade à plataforma. (Chau, 2010).

A referencialidade também é uma característica destacada no YouTube por (Kavoori, 2015). Ao disponibilizar em suas páginas *links* para outros vídeos dentro da mesma plataforma, o YouTube motiva o utilizador a seguir entre os vídeos e faz com que o utilizador não sinta a necessidade de sair da plataforma.

Todos os vídeos do Youtube são textos "profundos" sem fundo em seus múltiplos referentes (links) e teoricamente, pode-se passar a vida, clicando em cada link que o Youtube permite, onde o usuário "joga" com o menu do lado direito, clicando em um infinito número de vídeos, dezenas de "diretores" enquanto pesa todas as alternativas ante a dela¹⁹ (Kavoori, 2015, p.5)

3.1 Avaliação de acessibilidade

Considerando-se a sua importância para a sociedade, o presente estudo visa investigar o nível de acessibilidade do YouTube, através de uma avaliação digital gerada pelos sites *AccessMonitor*²⁰, *AChecker*²¹ e *WAVE*²², seguindo as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web.

¹⁸ Em tradução livre do original em inglês: "The concept of "produser" or "produsage" (Bruns, 2008) captures this perfectly, where the traditional distinction between "user" and "producer" is reworked- where individuals are simultaneously using and producing rather than in the traditional mass-mediated model of consumption, where users and producers were kept in diacritically opposite institutional and viewing spaces"

¹⁹ Em tradução livre do original em inglês: "All Youtube videos are "deep" texts bottomless in their multiple referents (links) and theoretically, one could spend one's life, clicking through every link that Youtube allows where the user "plays" with the menu on the right side, clicking through an infinite number of videos, dozens of "directors" as she weighs all the alternatives before her"

²⁰ <http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/>

²¹ <http://achecker.ca/checker/index.php>

²² <http://wave.webaim.org/>

Para este estudo, iremos analisar a acessibilidade na home do YouTube, no canal *PewDiePie*²³, escolhido por ser o canal do YouTube com o maior número de assinantes,²⁴ e na página do vídeo "A Funny Montage"²⁵, do canal *PewDiePie*, publicado em janeiro de 2013, por ser o vídeo mais popular do canal a altura em que esta análise foi feita.

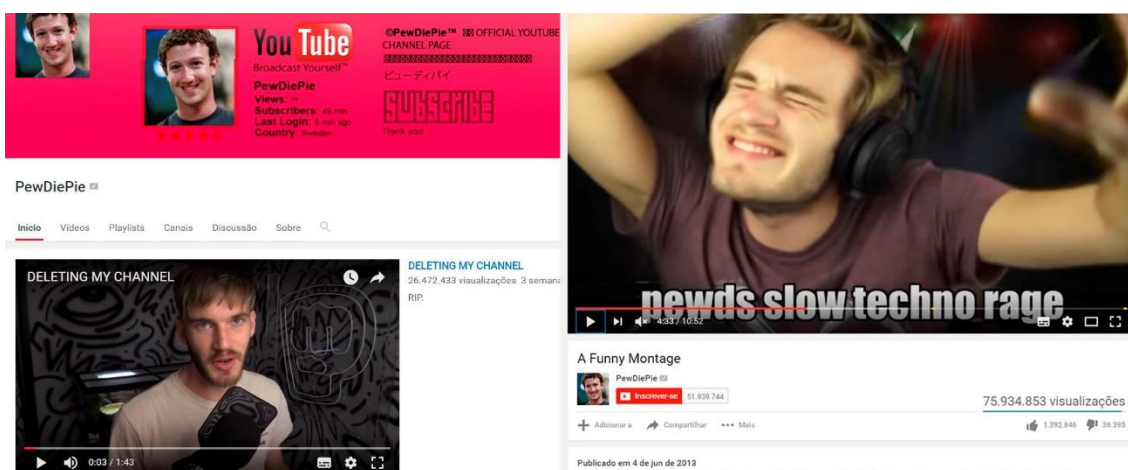


Fig.2 Canal PewDiePie (esq.) e vídeo “A Funny Montage”, do canal PewDiePie no YouTube (dir.)

A análise foi conduzida no dia 03 de janeiro de 2017 através das ferramentas *WAVE* (*Web Accessibility Evaluation Tool*), *AChecker* e *AccessMonitor*, no navegador *Google Chrome*, seguindo as normas do WCAG 2.0. Os avaliadores automáticos de acessibilidade são plataformas pelas quais é possível analisar a acessibilidade de um site através da inserção do link desejado.

²³ Criado em 2010, o canal PewDiePie é alimentado pelo sueco Felix Arvid Ulf Kjellberg com vídeos sobre games e assuntos diversos <https://www.youtube.com/user/PewDiePie>

²⁴ <http://socialblade.com/youtube/top/100/mostsubscribed> e <https://www.statista.com/statistics/277758/most-popular-youtube-channels-ranked-by-subscribers/> Acessados em 05 de janeiro de 2017

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=gRyPjRrjS34&t=365s> Acessado em 05 de janeiro de 2017

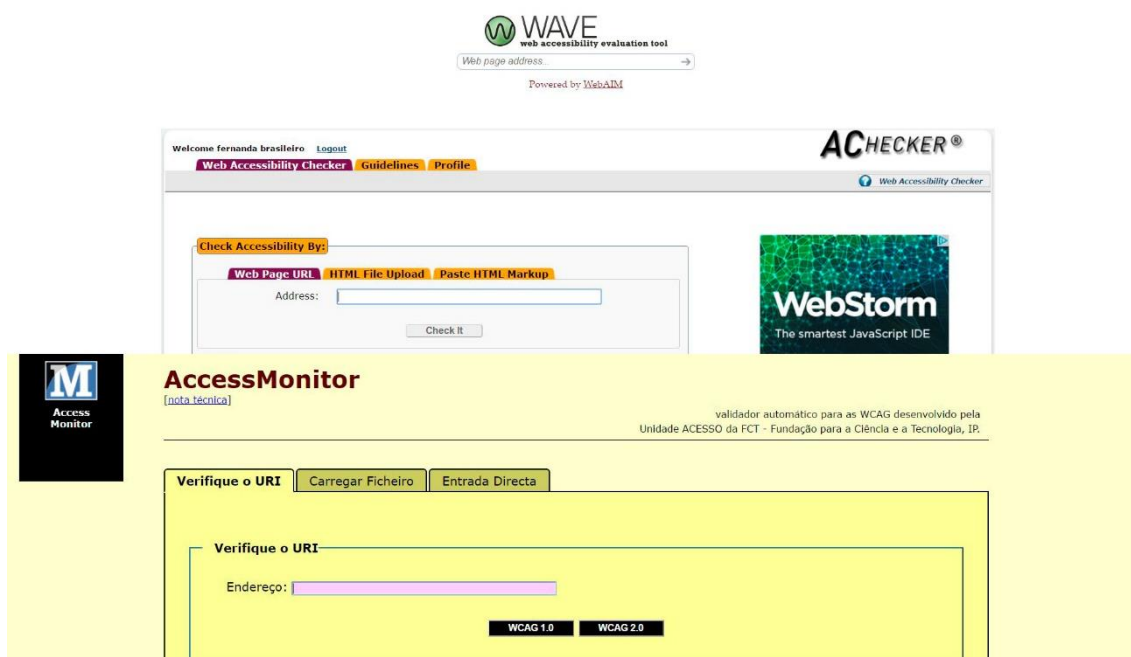


Fig. 3. Página inicial dos avaliadores automáticos de acessibilidade. WAVE (superior), AChecker (meio) e AccessMonitor (inferior)

As páginas foram avaliadas segundo quatro princípios e suas diretrizes:

Princípio 1: Perceptível. A informação e os componentes da interface de utilizador têm de ser apresentados de forma a que os utilizadores as possam perceber (WCAG 2.0). Diretrizes: Alternativas em textos, média dinâmica ou contínua, adaptável e distinguível. Princípio 2: Operável. Os componentes da interface de utilizador e a navegação têm de ser operáveis (WCAG 2.0). Diretrizes: Acessível por teclado, tempo suficiente, convulsões e navegável. Princípio 3: Compreensível. A informação e a utilização da interface de utilizador têm de ser compreensíveis (WCAG 2.0). Diretrizes: Legível, previsível e assistência na inserção de dados. Princípio 4: Robusto. - O conteúdo deve ser suficientemente robusto para ser interpretado de forma fiável por uma ampla variedade de agentes de utilizador, incluindo as tecnologias de apoio (WCAG 2.0). Diretrizes: Compatível. (WCAG, s.d.)

Também foram definidos três níveis de conformidade, sendo A (o mais baixo), AA e AAA (o mais elevado). Os avaliadores automáticos citados foram desenvolvidos de acordo com as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG 2.0).

3.2 Resultados

Os resultados da investigação foram sintetizados de acordo com cada página avaliada (a home do YouTube, o canal *PewDiePie* e o vídeo “*A Funny Montage*”, do canal do YouTube *PewDiePie*) pelos avaliadores automáticos de acessibilidade *AChecker*,

WAVE e AccessMonitor. Para isso, foi utilizado o método de inserção dos links das três páginas nos avaliadores.

Com relação ao teste realizado através do avaliador automático AChecker, foram encontrados em média 9,6 “*known problems*”, 4 “*likely problems*” e 971,3 “*potentials problems*” nas três URLs submetidas ao teste. Ao somar todos os indicativos de problemas, a URL com o vídeo "A Funny Montage" foi a que demonstrou ter o menor número de erros (478), no entanto, foi a que apresentou o maior número de “*known problems*”, que são considerados graves e prejudicam a acessibilidade da página para pessoas com deficiência.

Teste com AChecker	Home (YouTube)	Canal (PewDiePie)	Página interna (Vídeo)	Média
Level	AA	AA	AA	
Known Problems	4	6	19	9,6
Likely Problems	10	1	1	4
Potential Problems	1212	1244	458	971,3
	Total: 1226	Total: 1251	Total: 478	

Fig. 4. Tabela com os resultados do teste de acessibilidade realizado com o avaliador AChecker

A partir dos resultados obtidos com o teste realizado com o avaliador automático de acessibilidade WAVE, podemos inferir que a home do YouTube foi a URL que mais apresentou erros (260), seguida pelo canal *PewDiePie* (220) e depois pela página do vídeo "A Funny Montage" (24). Ao somarmos todas as categorias (“*erros*”, “*alerts*”, “*features*”, “*structural elements*”, HTML5 and ARIA e “*contrast errors*”), a página com o vídeo "A Funny Montage" foi a que menos apresentou falhas gerais, porém, ainda apresentou falhas básicas como a falta ou nulidade de texto alternativo em imagens.

Teste com WAVE (WCAG 2.0 AA)	Home (YouTube)	Canal (PewDiePie)	Página interna (Vídeo)	Média
Errors	260	220	24	168
Alerts	486	482	38	335,3
Features	134	120	24	92,6
Structural Elements	395	401	33	276,3
HTML5 and ARIA	919	1209	178	768,6
Contrast errors	1	10	0	3,6
	Total: 2195	Total: 2442	Total: 297	

Fig. 5. Tabela com os resultados do teste de acessibilidade realizado com o avaliador WAVE

Com relação ao teste realizado através do avaliador automático *AccessMonitor*, que atribui uma nota de 1 a 10 a cada *URL* testada, sendo 1 a mais baixa e 10 a mais alta, podemos inferir que o maior índice foi apresentado pela home do YouTube, 5.9, no qual foram constatados seis erros no nível A, nenhum no nível AA e um no nível AAA. A segunda maior média ficou com o canal *PewDiePie*, 4.3, apresentando dez erros no nível A, nenhum no nível AA e um no nível AAA. O índice mais baixo foi constatado na *URL* do vídeo "A *Funny Montage*", 4.2, na qual foram apontados dez erros no nível A, um no nível AA e dois no nível AAA.

Teste com AccessMonitor	Home (YouTube)	Canal (PewDiePie)	Página interna (Vídeo)	Média
Índice	5.9	4.3	4.2	4.8

Fig. 6. Tabela com os índices resultantes do teste realizado com o avaliador AccessMonitor

Todos os índices obtidos com o resultado foram baixos, apresentando erros graves e o avaliador acusou que nenhuma das páginas testadas passava a bateria de nível A, o nível mais baixo dos testes de acessibilidade, concluindo, portanto, que as páginas não estão de conforme com as diretrizes de acessibilidade propostas pela WCAG 2.0 e não serão devidamente acessadas por pessoas com deficiência.

The figure displays three screenshots of the AccessMonitor accessibility testing interface. Each screenshot shows the test results for a specific page:

- Left Screenshot (YouTube Home):** Page: https://www.youtube.com/supported_browsers?hexC_url=/. Title: "O seu navegador está desatualizado; proceda à atualização. - YouTube". Tamanho: 24 KB (24614 bytes). Número de Elementos: 207. Data/Hora: 04/01/2017 - 22:22 GMT. Índice: 5.9. Testes realizados: 11 erros no nível A, 0 no nível AA, 1 no nível AAA.
- Middle Screenshot (PewDiePie Channel):** Page: <https://www.youtube.com/user/PewDiePie>. Título: "PewDiePie - YouTube". Tamanho: 712.5 KB (729575 bytes). Número de Elementos: 5036. Data/Hora: 04/01/2017 - 22:25 GMT. Índice: 4.3. Testes realizados: 10 erros no nível A, 0 no nível AA, 1 no nível AAA.
- Right Screenshot (Video Page):** Page: <https://www.youtube.com/watch?v=grU9RrRjS34>. Título: "A Funny Montage - YouTube". Tamanho: 213.4 KB (218510 bytes). Número de Elementos: 1104. Data/Hora: 04/01/2017 - 22:28 GMT. Índice: 4.2. Testes realizados: 10 erros no nível A, 1 no nível AA, 2 no nível AAA.

Each screenshot also includes a section titled "II. Detalhe dos testes realizados" which lists specific accessibility issues such as "Texto alternativo em imagens", "Uso de Javascript", "Marcação de cabeçalhos", "Links para contornar blocos de informação", "Marcação de formulários", "Standards W3C: (X)HTML + CSS", "Elementos e atributos de apresentação/obsoletos", "Metadados (título, navegação, redirecionamento, reinicialização)", "Marcação do idioma principal da página", and "Contraste da informação".

Fig. 7 Screenshot dos resultados dos testes realizados com o avaliador de acessibilidade AccessMonitor

Os principais problemas encontrados nas avaliações com os três avaliadores automáticos de acessibilidade foram a falta ou nulidade de texto alternativo em imagens, a existência de links em que o conteúdo é composto por imagem não-legendada, a ocorrência de links com o mesmo texto que apontam para destinos diferentes e a falta de atalhos no teclado para funções realizadas com o rato, entre outros.

Recomenda-se a correção dos erros apontados pelos avaliadores automáticos de acessibilidade, como a organização dos cabeçalhos de acordo com os níveis hierárquicos, o uso correto e apropriado dos textos alternativos em imagens, eliminar ambiguidades nas páginas derivadas de código que não está em conformidade para com as especificações formais em vigor (AccessMonitor, n.d.), desambiguação de textos de links que encaminham para destinos diferentes e adicionar texto aos elementos *label*, para citar alguns.

É importante lembrar também que, apesar dos avaliadores automáticos apontarem importantes falhas nos projetos, indica-se a realização de testes com pessoas com deficiência durante todo o processo, por conta das particularidades envolvidas (Miao, Pham, Fruebe & Weber, 2016), uma vez que estes avaliadores não devem ser levados como o único meio de avaliação de acessibilidade (Adam & Kreps, 2006).

3.3 Legendas automáticas e audiodescrição

Em 2009, Ken Harrenstien, engenheiro de softwares do Google/YouTube anunciou que o YouTube contaria com a ferramenta de legendagem automático de todos os vídeos (Ellis, 2010). Segundo Ellis (2010), a ferramenta estava disponível desde 2006, mas não havia sido universalmente adotada porque não era considerada importante pelos geradores de conteúdo. Harrenstien (2009 como referido em Ellis, 2010) chamou atenção para o fato de as legendas servirem não apenas para as pessoas com deficiências auditivas, mas também para pessoas ao redor do mundo que desejarem acessar o conteúdo nas 51 línguas disponíveis, provando que, como fora afirmado por

Schneiderman (2000) e Henry (2006), a usabilidade universal e melhorias na acessibilidade beneficiam todos os públicos.

Para este estudo também foram analisadas as legendas automáticas do vídeo “*A Funny Montage*”, do canal do YouTube *PewDiePie*, um dos objetos de investigação, como forma de analisar o correto funcionamento da ferramenta. Em análise incipiente, pode-se concluir que foram encontradas falhas na legendagem do vídeo. As legendas apresentadas em inglês não traduzem da forma mais aproximada ao que está sendo falado no vídeo, podendo apresentar palavras erradas ou omitir palavras que foram ditas. Ao configurar a legendagem para a tradução automática em português, o resultado é pior. Foram encontradas mais falhas em palavras e algumas frases chegaram a ficar sem sentido, pois foram traduzidas incorretamente, faltando termos e mesclando diferentes frases em uma só. Com relação a audiodescrição, usado por pessoas com deficiência visual, o recurso não é disponibilizado pelo site.

No entanto, Ellis (2010) reconhece a disponibilização do recurso de legendagem automática como um “passo importante em tornar o YouTube mais acessível”

Agora que gigantes da Internet como o Google e o YouTube iniciaram uma conversa sobre acessibilidade, os usuários finais estão se tornando mais conscientes dos benefícios de longo alcance de acomodar pessoas com deficiência²⁶. (Ellis, 2010, pp. 21-8)

4. Considerações finais

Como afirmou Ellis (2010), o estudo do uso inovador de YouTube traz à tona a importante discussão sobre acessibilidade na web, mas também alerta para a potencial exclusão social através dos dispositivos tecnológicos.

Com mais de um bilhão de usuários, o YouTube figura hoje entre os sites com maior relevância na web, sobretudo quando consideramos a importância que o conteúdo multimídia assumiu no cotidiano das pessoas. A vida digital hoje já não pode ser distinguida da vida analógica, podendo considerar o primeiro um espaço de extensão da

²⁶ Em tradução livre do original em inglês: “Now that Internet giants such as Google and YouTube have started a conversation about accessibility, end-users are becoming more aware of the far-reaching benefits of accommodating for people with disability”

vida tridimensional e não apenas de reprodução dos padrões. Torres, Mazzoni & Alves (2002) coloca ainda que o espaço digital traz mais possibilidades à nossa vida, dando-nos a oportunidade de criar o “novo”, que ainda não é possível realizar no espaço tridimensional. Dessa forma, enquanto a luta por acessibilidade segue no espaço físico, uma batalha paralela ocorre no espaço digital pela igualdade no acesso à informação disposta na Internet.

No entanto, a discussão sobre acessibilidade na web ainda é incipiente, pois apesar da legislação vigente e da publicização do debate, muitos desenvolvedores ainda lutam com medidas simples como a inclusão de texto alternativo em imagens (Ellis, 2010) e citam entraves econômicos como desculpa para a falta de acessibilidade dos projetos.

Como apontou Torres, Mazzoni & Alves (2002), a preocupação com a acessibilidade no meio digital já está presente na sociedade atual, e assim deverá permanecer para pensarmos e construirmos uma sociedade de informação para todos.

O presente estudo apresentou uma avaliação de acessibilidade realizada com três páginas do Youtube, a página inicial, o Canal *PewDiePie* e o vídeo “*A Funny Montage*”, através dos avaliadores automáticos *AccessMonitor*, *AChecker* e *WAVE*, a fim de verificar o nível de acessibilidade de uma das maiores redes sociais e meio de comunicação em massa. Os resultados mostraram que, apesar das iniciativas para diminuir a exclusão social e digital de pessoas com deficiência, os sites avaliados ainda apresentam falhas graves, ficando abaixo do nível mínimo de acessibilidade recomendado pelo W3C/WAI.

Recomenda-se a correção dos erros e potenciais problemas apontados na avaliação e a realização de testes de acessibilidade com grupos focais com pessoas com deficiência, para identificar potenciais falhas que não foram detectadas pelos avaliadores automáticos de acessibilidade.

5. Referências Bibliográficas:

Adam A. & Kreps D. (2006). "Web Accessibility: A Digital Divide for Disabled People?". Em Trauth E.M., Howcroft D., Butler T., Fitzgerald B., DeGross J.I. (eds) *Social Inclusion: Societal and Organizational Implications for Information Systems*. IFIP International Federation for Information Processing (vol. 208) (pp. 217-228) Springer, Boston

Brown, J. & Hollier, S. (2015). "The challenges of Web accessibility: The technical and social aspects of a truly universal Web". Em (Vol.20 N°9) (pp. 1-16) DOI: 10.5210/fm.v20i9.6165 First Monday

Burgess, J. (2015). "From 'Broadcast yourself' to 'Follow your interests': Making over social media". Em *International Journal of Cultural Studies* (Vol. 18(3) (pp. 281-285) DOI: 10.1177/1367877913513684 Sage

Castells, M. (2009) *Communication Power*. New York: Oxford University Press.

Chau, C. (2010). "YouTube as a participatory culture". Em *New directions and youth development: New media and technology: youth as content creators*. (Vol. 2010 Issue 128) (pp. 65-74) DOI: 10.1002/yd.376 Winter

Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (Web Content accessibility Guidelines/WCAG 2.0). Disponível em <https://www.w3.org/TR/WCAG20/> Acessado em 04 de janeiro de 2017

Ellis, K. (2010). "A purposeful rebuilding: YouTube, representation, accessibility and the sociopolitical space of disability". *Telecommunications Journal of Australia* (Vol. 60 N° 2). (pp. 21.1-21.12) DOI: 10.2104/tja10021 Disponível em <http://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/3684/>. Acesso em 04 de janeiro de 2017

Goggin, G. (2016). "Disability and Digital Inequalities: Rethinking Digital Divides with Disability Theory". Em *Theorizing Digital Divides*. Routledge, 2017

Henry, S. L. (2006). "Understanding Web Accessibility". Em Jim Thatcher et al. *Web Accessibility: Web Standards and Regulatory Compliance* (pp 1-51). NY: Springer-Verlag. (Disponível em <http://uiaccess.com/understanding.html>)

Hurley, C. (2008). *The future of online vídeo*. Disponível em <https://googleblog.blogspot.pt/2008/09/future-of-online-video.html> Acessado em 04 de janeiro de 2017

Jebabli, M.; Cherifi, H.; Cherifi, C. & Hamouda, A. (2015). "User and group networks on YouTube: A comparative analysis". Em 12th ACS/IEEE International Conference on Computer Systems and Applications (AICCSA 2015) IEEE Computer Society DOI: 10.1109/AICCSA.2015.7507126

Kavoori, A. (2015) "Making sense of YouTube". Em *Global Media Journal* (Vol. 13 Issue 24) (pp. 1-25) Purdue University Calumet

Kent, M. & Ellis, K. (2015). "People with disability and new disaster communications: Access and the social media mash-up, *Disability & Society*" (Vol. 30 N° 3)(pp. 419-431) DOI: 10.1080/09687599.2015.1021756 Routledge

Kim, J. (2012). "The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content". Em *Media, Culture & Society* (Vol 34 Issue 1) (pp.53-67) DOI: 10.1177/0163443711427199 Sage

Miao, M.; Pham, H. A.; Friebe, J. & Weber, G. (2016). Contrasting usability evaluation methods with blind users. Em *Universal Access in the Information Society*. (Vol. 15, Issue 1) (pp. 63-76) Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2014

Moreno, L.; Gonzalez, M.; Martínez, P. & Iglesias, A. (2011). "A Study of Accessibility Requirements for Media Players on the Web". Em *Universal Access in Human-Computer Interaction. Design for All and eInclusion* (Volume 6765 of the series *Lecture Notes in Computer Science*) (pp 249-257) DOI 10.1007/978-3-642-21672-5_28 Springer Berlin Heidelberg

Napolitano, C. J.; Leite, L. P. & Martins, S. E. S. de O. (2016). "Acessibilidade em pauta na comunicação midiática". Em *Journal of Research in Special Educational Needs*. (Vol. 16 N° s1) (pp.126-129) DOI: 10.1111/1471-3802.12136. Lisbon, Portugal

Organização Mundial da Saúde/ The World Bank (2011). Relatório mundial sobre a deficiência. Disponível em http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en/. Acesso em 04 de janeiro de 2017

Reiss, Eric (2012). *Usable Usability – Simple Steps for Making Stuff Better*. Indianapolis: John Wiley & Sons

Rosas-Villena, J. M; Ramos, B. C.; Fortes, R. P. & Goularte, R. (2013). "Web Videos – Concerns About Accessibility based on User Centered Design". Em *Procedia Computer Science. Conference: 5th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-exclusion* (vol. 27) (pp. 481-490) DOI: 10.1016/j.procs.2014.02.052

Schneiderman, Ben (2000). “Universal Usability – pushing human-computer interaction research to empower every citizen”. (pp 84-91). (Vol.43 No. 5) Communications of the ACM

Torres, E. F.; Mazzoni, A. A. & Alves, J. B. da M. (2002). “A acessibilidade à informação no espaço digital”. Ciência da Informação, 31(3), 83-91. <https://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652002000300009>

Wamser, F. ; Casas, P.; Seufert, M. ; Moldovan, C. ; Tran-Gia, P.; Hossfeld, T. (2016). “Modeling the YouTube stack: From packets to quality of experience”. Em Computer Networks (Vol. 109) (pp. 211-224) Elsevier B. V. DOI: 10.1016/j.comnet.2016.03.020

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Disponível em <https://www.w3.org/TR/WCAG20/> Acesso em 04 de janeiro de 2017

WHO. World Health Organization. Universal eye health: a global action plan 2014 - 2019. Disponível em: http://www.who.int/blindness/AP2014_19_English.pdf Acesso em: 15 nov. 2016

YouTube Statistics. Disponível em <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> Acesso em 04 de janeiro de 2017

Zhou, R.; Khemmarat, S.; Gao, L.; Wan, J. & Zhang, J. (2016). “How YouTube videos are discovered and its impact on video views”. Em Multimedia Tools and Applications (Vol.75)(pp.6035-6058). DOI: 10.1007/s11042-015-3206-0 Springer

7 - MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

#ESTUPRONÃOÉCULPADAVÍTIMA: A OBSERVAÇÃO SOBRE A APROPRIAÇÃO DA *HASHTAG* E IDENTIFICAÇÃO DE VALORES E NARRATIVAS DIFERENTES NO TWITTER A PARTIR DA ARS

LETÍCIA RIBEIRO SCHINESTSC

Doutoranda no curso de Linguística Aplicada do Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas (PPGL/UCPEL) e Docente no curso de Jornalismo da Universidade da Região da Campanha (URCAMP), Bagé, Rio Grande do Sul, Brasil
le.rschin@gmail.com

Resumo

Este trabalho visa fazer uma Análise de Rede Social (ARS) da #EstuproNãoÉCulpaDaVítima no Twitter no dia 27 de maio de 2016. A *hashtag* emergiu na rede após um caso de estupro coletivo de uma jovem de 16 anos vir à tona, envolvendo, no mínimo, mais 33 homens na agressão em uma favela do Rio de Janeiro, no Brasil. Mais uma vez, mais uma jovem confessa que não teria buscado a polícia se um vídeo que a expusesse em tal situação não tivesse sido disseminado na web. Nossa proposta não diz respeito à novidade, ou seja, sabemos que as redes sociais não são novas, mas entendemos que a internet apresenta novos elementos, dinâmicas e particularidades que facilitam seu estudo e que os sites de redes sociais originam contextos novos para as redes e permitem que essas dinâmicas sejam criadas, armazenadas e posteriormente buscadas no interior das ferramentas, conforme diferentes autores têm apontado. Pretende-se discutir a violência discursiva contra o corpo, neste caso, das mulheres, além de observar os discursos dominantes apontando a frequência e co-ocorrência de determinados conceitos. Traçamos um perfil da rede no momento da coleta, evidenciando valores e manifestações de violência, seja ela simbólica ou não, que sempre estiveram presentes na sociedade, mas que hoje ganham um novo suporte para se realizarem e permitem que novos contextos sejam analisados, devido às possibilidades da rede. Os dados foram trabalhados com o auxílio dos programas NodeXL Pro e Textometrica e formatados e distribuídos em forma de grafos no Gephi.

Palavras-Chave: análise de redes sociais; violência simbólica; twitter; hashtag

Abstract

This paper aims to do a Social Network Analysis (SNA) of #rapeisnotthevictimsfault on Twitter on 27th May, 2016. The hashtag came up after the case of a young woman who was gang raped by at least 33 men in a favela in Rio de Janeiro, Brazil was brought to light. Once again a young woman acknowledges she would not have come to the police had it not been for a video spread on the internet exposing the situation. Our objective is not about innovation, we know social networks are not new, but we believe the internet brings new elements, dynamics and specific characteristics which enable its study, and that social networking sites generate new contexts to the networks and allow these dynamics to be created, stored and searched inside the tools, as many authors have pointed out. We intend to discuss discursive violence against women's bodies, as well as study dominant speeches showing the frequency and co-occurrence of certain concepts. We also identified and distinguished the clusters, as a way to ease the interpretation and visualization of the data. We traced a network profile at the moment of the data gathering, highlighting the values and demonstration of violence, symbolic or not, that have always been present in society, but nowadays get a new medium to be performed and permit new contexts to be analyzed, due to network possibilities. The data were processed with the help of the software NodeXL Pro and Textometrica and formatted and distributed in graphs in the Gephi.

KeyWords: social network analysis; symbolic violence; twitter; hashtag

Introdução

O estupro está culturalmente inserido na sociedade. Não são novos os episódios nos quais a mulher se vê obrigada a praticar atos sexuais mesmo contra sua vontade. Podemos pegar um exemplo dos Tempos Bíblicos¹ registrados no velho testamento, onde a mulher era caracterizada como propriedade masculina, previsto por lei. Em Êxodos 20:17, por exemplo, a mulher está listada como um dos bens materiais do homem. O mesmo aconteceu no Brasil Colônia², onde os senhores, além de escravizar as mulheres negras, também as violentavam sexualmente. O estupro também aparece naturalizado, se formos observar, na mitologia grega na história de Perséphone³, raptada por Hades e levada ao inferno, onde foi violada. De diferentes ângulos, é difícil negar que há, sim, uma cultura do estupro entrelaçada na história e, conseqüentemente, na sociedade atual. Apenas como complemento, podemos lembrar da britânica que foi vendida aos 14 anos para ser escrava sexual e afirmou ter sido estuprada por 110 homens em 22 horas⁴.

A crueldade desse tipo de ato toma força e é facilmente disseminada com o suporte da internet, como o caso de uma menina brasileira de 14 anos do Piauí que foi estuprada e só tornou o fato público quando um vídeo⁵ em que ela aparece nitidamente desacordada durante o ato dentro de um carro viralizou na rede. É relevante pensar sobre os efeitos que a publicização e julgamento de usuários vem causando e como os rastros deixados por eles podem nos ajudar a entender a sociedade contemporânea e sua comunicação com o coletivo quando está mediada pelo computador (CMC). Ronson (2015) discute como a internet mudou o julgamento público e diz que:

¹ <http://migre.me/uXZz4> (Acesso em 12/09/2016)

² <http://migre.me/uXZAw> (Acesso em 12/09/2016)

³ <http://migre.me/uXZCj> (Acesso em 12/09/2016)

⁴ <http://migre.me/uXZxH> (Acesso em 12/09/2016)

⁵ <http://migre.me/uXZT2> (Acesso em 12/09/2016)

Com as mídias sociais, montamos um palco para grandes dramas artificiais e constantes. Todo dia uma pessoa nova surge como um herói magnífico ou um vilão nauseante. É tudo muito radical, e não da forma como somos, de verdade, enquanto pessoas. (Ronson 2015, p.88)

Isto quer dizer que atentar para a internet como um instrumento potencializador dessa violência é tão importante quanto valorizar e indicar os movimentos contrários, que se apropriam da rede para formar uma rede de apoio às suas vítimas.

Neste trabalho, nos propomos a analisar a *hashtag* #EstuproNãoÉCulpaDaVítima no Twitter no dia 27 de maio de 2016, com dados extraídos do site às 18h30min. São observações relativas somente ao momento da coleta, não generalizando todos os *tweets* associados pela mesma *hashtag*. A ideia de fazer uma Análise de Rede Social (ARS) não diz respeito à novidade, isto é, sabemos que as redes sociais não são novas, mas entendemos que a internet apresenta novos elementos, dinâmicas e particularidades que facilitam seu estudo (Recuero, 2009;2014; Mailini & Antoun, 2013) e que os sites de redes sociais originam contextos novos para as redes e permite que essas dinâmicas sejam criadas, armazenadas e posteriormente buscadas no interior das ferramentas (Boyd & Ellison, 2007).

São esses registros, conforme Recuero (2014, p.1), que permitem “pela primeira vez, que interações e conversações sejam mapeadas e estudadas em larga escala”. A partir disso, nosso objetivo é observar a frequência e co-ocorrência de palavras retiradas de 17.578 *tweets* que utilizaram a *hashtag* #EstuproNãoÉCulpaDaVítima no dia e horário acima mencionado.

A *hashtag* #EstuproNãoÉCulpaDaVítima

A *hashtag* emergiu na rede após um caso de estupro coletivo se destacar tanto no ambiente *offline* como no *online*. O caso⁶ aconteceu no Rio de Janeiro e envolveu uma adolescente de 16 anos e, no mínimo, mais 33 homens na agressão. Mais uma vez, mais uma jovem confessa que não teria buscado a polícia se um vídeo que a expusesse em tal

⁶ <http://migre.me/uY21G> (Acesso em 12/09/2016)

situação não tivesse sido disseminado na *web*. Nesse caso, a vítima não iria denunciar por medo de ser morta por traficantes, uma vez que é o que frequentemente ocorre quando há esse tipo de polêmica envolvendo os chefes do tráfico. O fato é que o vídeo circulou amplamente em diferentes plataformas e serviu de gatilho para que diversos discursos se manifestassem, neste caso, a partir da *hashtag* #EstuproNãoÉCulpaDaVítima. Por ser moradora de uma favela e por não ser a primeira vez em que havia se exposto a situações com mais de um parceiro - o que foi motivo até de protestos⁷ -, além do fato ter acontecido após um baile funk, muitos usuários recorreram a seus sites de redes sociais para condenar e julgar a menina, buscando muitas vezes apresentar uma justificativa para o ocorrido.

Levando em conta que “tratar o histórico como natural sempre é uma estratégia do poder” (Cult, 2016, p.10) e de que “o corpo existe na totalidade dos elementos que o compõem graças ao efeito conjugado da educação recebida e das identificações que levam o ator a assimilar os comportamentos do seu círculo social” (Breton, 2007, p.9), percebemos que a *hashtag* em questão é capaz de fazer vir à tona os valores presentes naquela rede, naquele momento. Levamos em consideração, também, os aspectos estruturais do microblog Twitter, uma vez que a ferramenta permite que sejam feitas atualizações rápidas e curtas, com a limitação de 140 caracteres, o que faz com que o discurso seja construído e se organize de forma muito mais específica, pois precisa se adaptar às limitações do meio pelo qual veicula a mensagem. Nesse sentido, o uso da #EstuproNãoÉCulpaDaVítima serve como uma espécie de assinatura (Mailini & Antoun, 2013), um ponto comum, uma identidade que se ramifica e faz vir à tona a diversidade de narrativas existentes e presentes nestes ambientes. Narrativas que talvez não pudessem ser mensuradas se não fossem as características da CMC.

Ainda sobre o site de rede social no qual baseamos nossa análise, Ronson (2015, p.200) afirma que “no Twitter, tomamos nossas próprias decisões sobre quem merece ser destruído. Formamos o próprio consenso, e não somos influenciados pelo sistema de justiça criminal ou pela mídia”. O compartilhamento do vídeo causou revolta e indignação, mas também mostrou comentários que refletiram a mulher, vítima, como culpada de seu próprio assédio, responsável pelo que acontece nesses casos de abuso

⁷ <http://migre.me/uY2Gd> (Acesso em 12/09/2016)

sexual. Assim, objetivamos coletar e apresentar ambos e demais discursos para entendermos em parte como foram constituídos os *tweets* em torno deste assunto e como está disposta a violência discursiva contra as mulheres neste caso. Também nos interessa observar os discursos dominantes em cada grupo e identificar os pares de palavras que aparecem concomitantemente nas publicações.

Metodologia e Análise

O método de análise que utilizamos foi, resumidamente, a coleta pelo *NodeXL Pro*⁸, a formatação e filtro de palavras pelo *Textometrica*⁹, e a leitura dos dados e formatação da distribuição dos grafos pelo *Gephi*¹⁰. A partir dos grafos prontos através desses *softwares* pudemos observar a aproximação de palavras e entender como os termos se conectaram entre si nos discursos em torno da *hashtag* naquele momento na rede. Assim, identificando traços a partir dos rastros deixados pelos internautas, acreditamos ser possível apontar um pouco dos padrões e valores fortalecidos no Twitter naquele momento. Foucault (1977, p.10) diz que o “respeito aos corpos depende de serem livres do discurso que os constitui”. É exatamente esse discurso que pretendemos avaliar a partir dos *tweets* que usaram a *#EstuproNãoÉCulpaDaVítima*.

O primeiro grafo representa os dados de co-ocorrências de palavras ligadas a *#EstuproNãoÉCulpadaVítima*, no momento da coleta. Atentamos que quanto mais forte for a ligação entre uma palavra e outra, maior foi a frequência que ela foi empregada.

⁸ <https://nodexl.codeplex.com/> (Acesso em 12/09/2016)

⁹ <http://textometrica.humlab.umu.se/> (Acesso em 12/09/2016)

¹⁰ <https://gephi.org/> (Acesso em 12/09/2016)

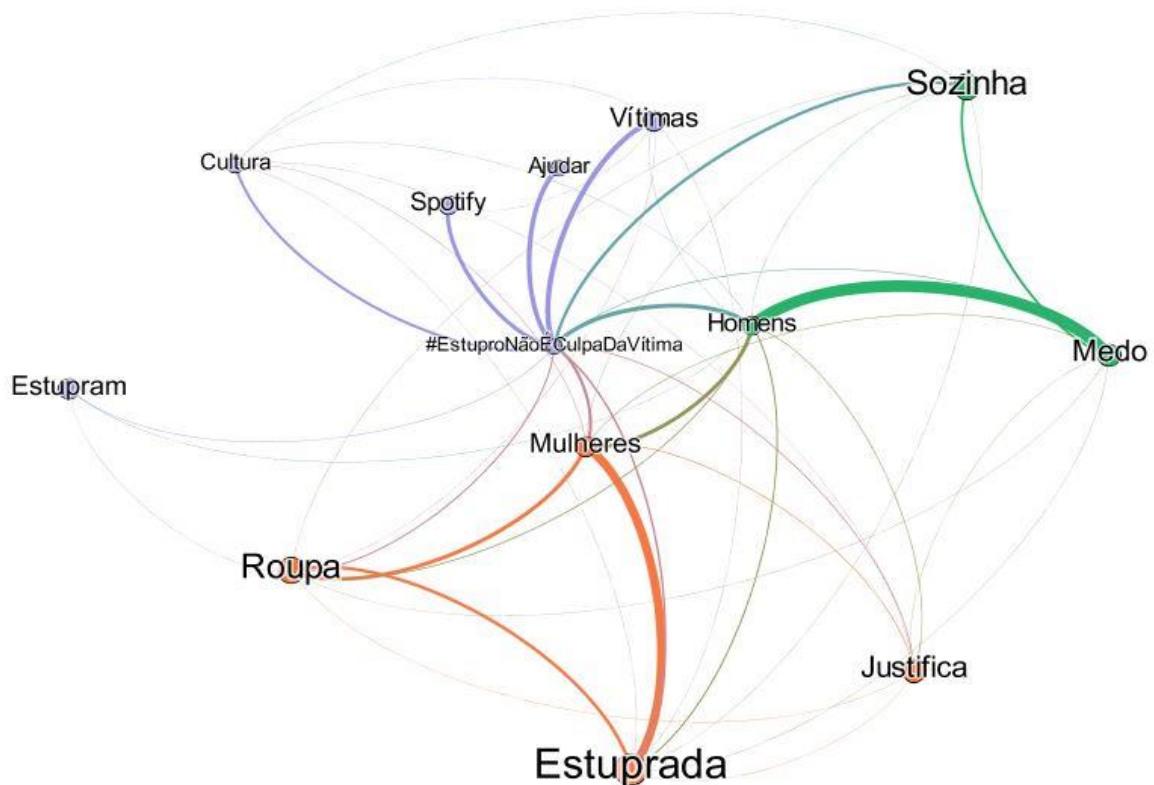


Figura 1. Distribuição dos conceitos de co-ocorrências de palavras em 27 de maio de 2016, coletados pelo *NodeXLPro*, analisados no *Textometrica* e finalizados no *Gephi*.

Ressaltamos em verde a forte conexão entre as palavras “homens” e “medo”, e vemos em laranja “mulheres” e “estuprada”, também relacionadas a “roupa” e “estupram”. Em verde, “medo” também é ligado a “sozinha”, apresentando o sentimento comum entre muitas mulheres quando precisam andar sozinhas na rua em horários e locais não propícios à segurança. Um exemplo deste discurso é o *retweet*:



Figura 2: Print retirado do Twitter no dia 27/05/2016

Fonte: <https://twitter.com/baLaozinhos/status/736266714346881024>

Tais ligações ilustram o que Breton (2007) explicou ao falar dos corpos, isto é, “emissor ou receptor, o corpo produz sentidos continuamente e assim insere o homem de forma ativa, no interior de dado espaço social e cultural” (p.8). Esse espaço desenhado reflete que o homem é uma ameaça em potencial e que é necessário estar alerta quando estiver próximo a algum. A experiência, então, nascida da relação entre corpos, cria reações muitas vezes premeditadas, como sugere o *tweet*: “*Vcs homens nunca vão entender o medo de quando um carro começa a diminuir a velocidade e para pra falar gracinha. #EstuproNaoÉCulpaDaVitima*”. Nesse caso, há uma suposição de algo negativo vindo de um sujeito do sexo masculino na direção de uma mulher.

Não é necessário que aconteça algo para que o sentimento de fragilidade e medo exista, como disse a usuária do *tweet* acima. Este exemplo também vai ao encontro da Sociologia do Corpo de Breton (2007). Segundo o autor, “o corpo existe na totalidade dos elementos que o compõem graças ao efeito conjugado da educação recebida e das

identificações que levam o ator a assimilar os comportamentos de seu círculo social” (p.9). Tal assimilação é percebida no grafo quando vemos a ligação entre as palavras mulheres, roupa e estupro, associadas ao termo “justificativa”, em laranja. Nesse caso, temos um momento em que a rede se coloca contra o discurso dominante no qual há uma justificativa por trás dos atos e que geralmente são as vítimas as próprias acusadas pelo ocorrido.

Muitas figuras públicas utilizaram #EstuproNãoÉCulpaDaVítima como maneira de aderir ao movimento de desconstrução. Em roxo, o termo “cultura” é associado a “justifica”, com discursos que entendem que apesar da cultura presente na sociedade, nada serve como justificativa para o estupro. Muitas figuras públicas, especialmente políticas, se posicionaram contra a cultura do estupro. O deputado brasileiro Jean Wyllys¹¹, por exemplo: “@jeanwyllys_real: Manifesto contra a cultura do Estupro: não se cale diante de uma violência. <https://t.co/4GI4zzejZ7> #EstuproNaoÉCulpaDaVitima”. E também a ex-Presidenta do Brasil Dilma Rousseff¹², que através da *hashtag* e de um *link* para o Facebook do perfil de Dilma Bolada¹³, personagem satírico da mesma, buscou esclarecer o que é, afinal, a cultura do estupro: “@dilmaobr: O que é a cultura do Estupro? <https://t.co/tF9Uk9xC4S> #EstuproNaoÉCulpaDaVitima”. Para a melhor visualização dessas conexões discursivas, apresentamos um grafo normalizado, criado a partir dos mesmos dados e conceitos, porém com distribuição diferente de nós.

¹¹ <http://jeanwyllys.com.br/wp/> (Acesso em 26/06/2017)

¹² <http://dilma.com.br/> (Acesso em 26/06/2017)

¹³ <https://www.facebook.com/DilmaBolada/> (Acesso em 26/06/2017)

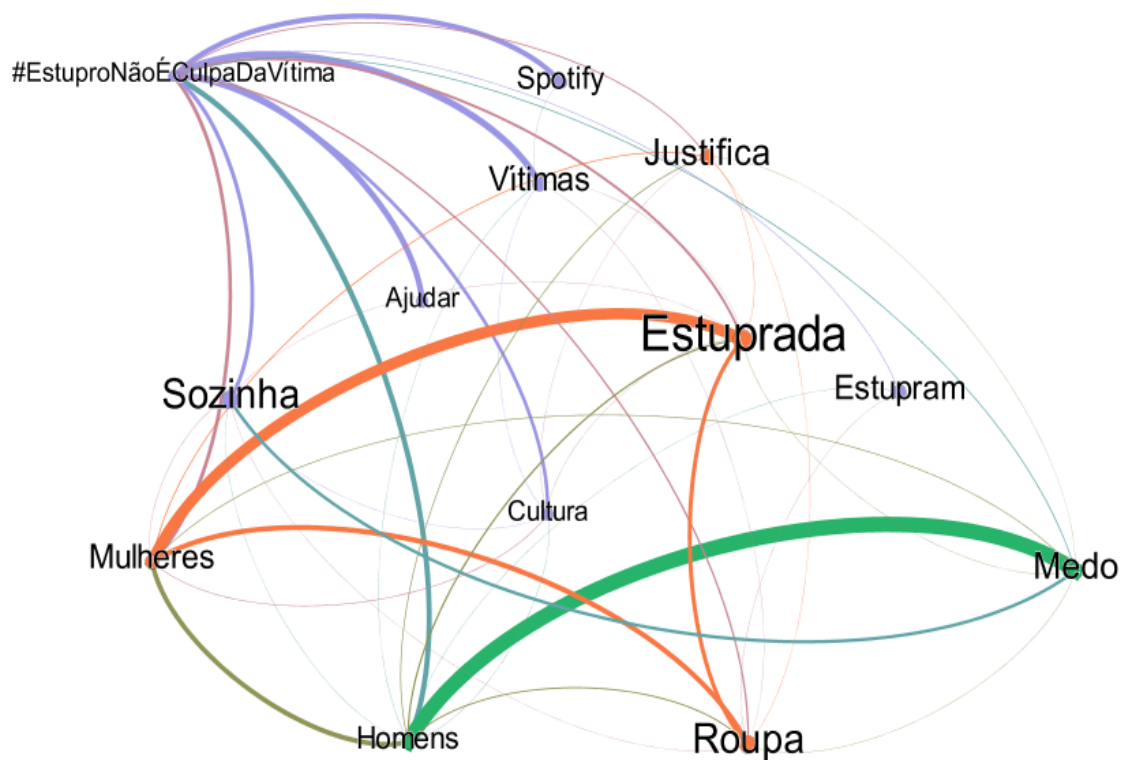


Figura 3. Distribuição dos conceitos de co-ocorrências de palavras em 27 de maio de 2016, coletados pelo *NodeXLPro*, analisados no *Textometrica* e finalizados no *Gephi*.

Observando a estrutura dos grafos, observamos que existe forte relação entre discursos que associam a questão das vestimentas com estupro de mulheres. Esse tipo de *tweet*/comentário dá manutenção a valores historicamente construídos e transmitidos pelas relações sociais, seguindo o pensamento de Bourdieu(1989) sobre o poder simbólico, onde há uma violência que, diferente da violência física, encontra-se imersa nas relações sociais e entrelaçada a formas invisíveis de coação que ganham suporte e apoio, muitas vezes, em preconceitos e crenças coletivas.

O poder simbólico só se instaura quando o sujeito que está em condição inferior concede ao outro o poder de dominação, ou seja, “é um poder que existe porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe” (Bourdieu, 1989) a imagem construída em torno dos corpos e a linguagem que os constitui. O estupro coletivo, assim como as mais

diversas violações historicamente vividas por mulheres trazem à tona esses valores, que começam a ser percebidos, (re)interpretados e significados pela sociedade atual, que agora é altamente conectada à internet. O movimento contra essa cultura em torno do corpo pode ser ilustrado com o seguinte *tweet* “*Meu corpo nunca pediu pra ser estuprado e eu uso a roupa que eu quiser! #EstuproNaoÉCulpaDaVitima*”.

Mais aparente no segundo grafo, percebemos em roxo a relação de “Spotify” com “Vítimas”, intermediada pela *hashtag* em questão. Essa conexão entre os termos se explica pelo lançamento de uma *playlist* feito pelo aplicativo Spotify no qual o nome de cada música, quando lido na sequência, formava uma mensagem contra o caso do estupro coletivo no Rio de Janeiro.



Figura 4: Print retirado do Twitter em 27/05/2016

Fonte: <https://twitter.com/bicmuller/status/736283298306134018>

Também observamos os discursos em torno das vítimas que aparecem em manifestações como no *tweet* a seguir:



Figura 5: Print retirado do Twitter em 27/05/2016

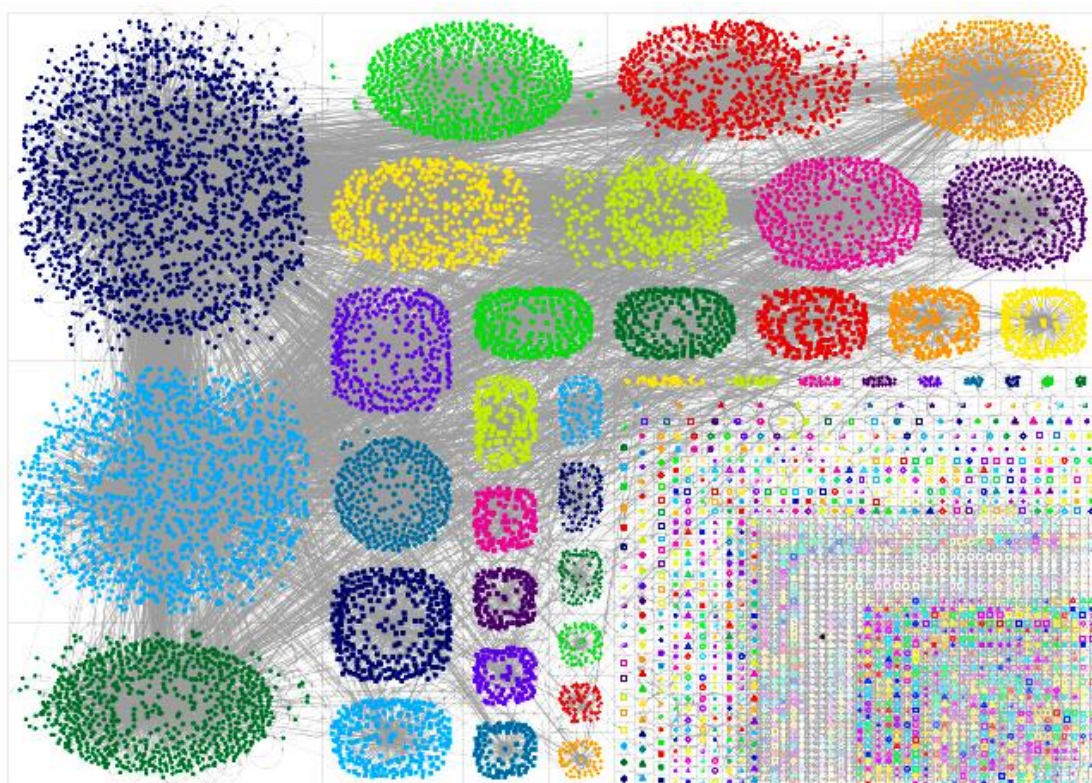
Fonte: <https://twitter.com/sckfree/status/736298530885754880>

Também em roxo, a ocorrência de “Ajuda” se refere principalmente a um acontecimento em que o usuário publicou a opinião que dizia preferir o termo “Sexo Surpresa” a “Estupro” e depois deletou, causando muita indignação em perfis femininos, que replicaram o que foi dito junto a um novo *tweet* do usuário “*Se é pra ajudar, ajuda de verdade. #EstuproNaoÉCulpaDaVitima*”. Muitas usuárias questionavam o jovem, o qual, pelas acusações, parecia manter uma imagem pública com vídeos na própria plataforma, se era desta forma que ele estaria ajudando a situação. Cabe aqui observar que este foi um caso de um indivíduo que teve seus dizeres passados expostos em forma de provas (*printscreen*/imagem de tela), mesmo após ter deletado da internet a publicação em questão. Lembramos, então, das características dos públicos em rede (Boyd & Ellison, 2007) e da própria ferramenta que permite que a mensagem seja replicada, armazenada e repassada em larga escala, mesmo quando o usuário que publicou originalmente a mensagem já a tenha deletado.

Num intermédio entre os grupos em laranja e roxo, o conceito “estupram”, na sua própria forma ortográfica - terceira pessoa do plural - indica do que se fala. Quem estupra: “eles” estupram, pois, segundo os *tweets* da coleta analisada, “*Roupas curtas NÃO estupram*”. Em razão do que observamos, o discurso das pessoas fortalecia que nem bebidas ou horários, os que estupram são pessoas e olhares que intimidam as mulheres, instigadas a se posicionarem na rede sobre o acontecimento que, apesar de ter origem no que aconteceu a uma jovem, é realidade que envolve a identidade e a história construída por todas elas.

Separação por *Clusters*

Apresentaremos os dados de outra maneira agora. Trata-se da identificação das palavras e conceitos mais utilizados junto com a *hashtag* #EstuproNãoÉCulpaDaVítima. A primeira imagem apresenta a separação dos grupos discursivos por *clusters*, ou seja, por aqueles atores que conectam outros atores dentro da rede.



Created with NodeXL Pro (<http://nodexl.codeplex.com>) from the Social Media Research Foundation (<http://www.smrfoundation.org>)

Figura 6: Separação dos grupos discursivos pelo *NodeXL Pro*

Os grupos separados em cores concentram discursos que, apesar de pertencerem a grupos distintos, estão interconectados. Observando os dados no *NodeXL Pro*, a maior parte dos grupos forma um misto de relatos de situações vividas por mulheres e suas experiências individuais e coletivas que apontam o assédio e demonstram revolta e desprezo para com opiniões que têm emergido na rede, aquelas que tentam justificar o que aconteceu pelas atitudes e estilo de vida da própria vítima. Ainda assim, há a separação de grupos que defenderam a causa da menina, do feminismo, protestando contra o machismo e a cultura do estupro; e também aqueles que fizeram o oposto, expondo a adolescente como culpada pela situação, ou então emitindo opiniões contrárias às do movimento feminista na rede.

Organizamos uma tabela com as principais palavras usadas em cada grupo, calculadas pelo mesmo programa, seguida do número de vezes em que foi utilizada a fim de facilitar a visualização dos discursos predominantes em cada *cluster*.

Grupo	Top Pares de Palavras	Número de vezes usadas
G1	30; homens estupro; culpa nunca; subestime	226 213 202
G2	ficar; bem você; ajudar roupa; curta nojo; perto	145 79 78 62
G3	nada; justifica justifica; estupro mulher; merece estar; andando	556 554 45 27
G4	Usuário2; #estupro nao e culpa da vitima causas; estupro álcool; tv tv; minorias	485 19 19 19
G5	ajudar; ajuda ajuda; verdade sem; mais	274 274 38

Tabela 1: Separação dos grupos apresentados no NodeXL na Figura 6, top pares de palavras e contagem de palavras

Percebe-se o quão próximos se encontram as expressões, embora façam parte de grupos distintos. A discussão dos grupos parece girar em torno das causas de estupros e as justificativas usadas pelos outros para abrandar ou legitimar a violência, como o par de palavras do G2 (roupa + curta) e G3 (justifica + estupro). O destaque é para a mobilização que dá nome à *hashtag* #EstuproNaoÉCulpaDaVitima que, no G1,

apresenta informações específicas do caso do estupro no Rio de Janeiro, como a dupla “30 + homens” e o que diz respeito ao culpado, lembrando que há uma tendência de culpabilizar os outros e escolher sua sentença junto ao coletivo, como veremos ainda. No G4 também é possível identificar o debate em torno de “causas + estupro”. Já o G5 apresenta uma situação específica de um *tweet* publicado pelo Usuário7 e repudiado por muitos internautas, como é possível visualizar no grafo.

Um exemplo do grupo discursivo que defendia a menina foi o *tweet* de @Usuário1, que tem mais de 620 mil seguidores no Twitter.



Figura 7: Print retirado do Twitter em 27/05/2016

Fonte: <https://twitter.com/cleytu/status/736301482841116672>

O discurso de @Usuário1 é exemplo do valor que predomina na rede no momento da coleta. O G1, representado na imagem em azul enfatiza a discussão em cima da cultura do estupro; o G2, azul claro, lembra a questão da roupa e de bandeiras levantadas por deputados brasileiros conhecidos e polêmicos como Jair Bolsonaro¹⁴ e Marco Feliciano¹⁵, que foram criticados pelo repúdio aos homossexuais e conformidade com o caso em que uma menina de 16 anos foi supostamente agredida sexualmente por,

¹⁴ <http://www.bolsonaro.com.br/> (Acesso em: 26/06/2017)

¹⁵ <https://www.facebook.com/PastorMarcoFeliciano/> (Acesso em 26/06/2017)

no mínimo, 30 homens. “@UsuárioX: Ninguém MERECE ou PEDE pra ser estuprada!!! Não existe JUSTIFICATIVA pra essa catástrofe. Deixa de ser IMBECIL!!! #EstuproNaoÉCulpaDaVítima”, diz um internauta. Outro usa o próprio caso da jovem carioca para expressar sua indignação “@UsuárioY: "Se ela era piranha o problema é dela, nada justifica um estupro, nem 1 nem de 33 homens" -Meu Pai! #EstuproNaoÉCulpaDaVítima” Cada um a sua maneira, mas todos os *clusters* naquele momento pareciam sustentar a ideia de que nada justifica o estupro.

Com o *NodeXL Pro* tivemos uma ideia do tipo de discurso que circulava em cada grupo no Twitter no momento da coleta. Ao todo foram 224.994 palavras, sendo as principais, como já havíamos apontado, a *hashtag* “#EstuproNaoÉCulpaDaVítima” (11.275 vezes), seguido das palavras “estupro” (2.979 vezes), “pode” (1.769), “nada” (1.587 vezes) e “justifica” (1.284), reforçando nossa conclusão de que a rede replicava *tweets* e discursos que desconstruíam qualquer tipo de justificativa para o ato.

Considerações Finais

Percebe-se que a educação que Breton (2007, p.54) fala, a que transforma as crianças em atores conforme à imagem da mulher e do homem em vigor na sociedade, é posta à prova e um novo modelo, mais respeitoso e igualitário, começa a ser construído diante das manifestações dos usuários que, pelo menos no momento desta coleta de dados que analisamos, assumiram um papel mais de desconstrução dos padrões impostos ao corpo feminino do que ao contrário. Entretanto, não podemos deixar de lembrar que ao mesmo tempo em que a rede atua para agrupar movimentos e articular causas como essa, em que os direitos da mulher são defendidos, também é palco da loucura coletiva, da qual Ronson (2015) fala. São situações em que os indivíduos perdem totalmente o controle e uma espécie de loucura contagiosa toma os usuários. Esse tipo de comportamento tende a facilitar os julgamentos e manifestações tão violentas como a causa inicial. O estupro coletivo de que falamos serviu como o pontapé inicial para um amplo debate sobre o tema estupro na sociedade brasileira, especialmente alertando para a existência de uma “cultura do estupro” que, embora

sentida na pele diariamente por muitas mulheres, nem sempre são reconhecidas como um tipo de violência e assédio.

Independentemente do nível do julgamento e de cada usuário, que sugere múltiplas vinganças para o acontecimento ou que demonstra piedade, do que articula a debates em torno do tema e do que incendeia os valores do corpo historicamente impostos, destacamos a maneira com que a situação foi recebida e reverberada pelos usuários. Vemos que as redes sociais têm servido como palco para que acontecimentos assim, delicados, porém frequentes e ainda pouco debatidos ganhem espaço. A partir de uma mesma *hashtag*, tivemos acesso à múltiplas narrativas e valores de distintos coletivos que, apesar de singulares estavam representados pela *hashtag*, que Malini e Antoun (2013) chamam de assinatura. Um ponto comum, uma identidade única, que ramifica-se e deixa à mostra, pela rede, a diversidade de narrativas existentes. Podemos dizer que, ao menos naquele momento, a rede não se mostrava passiva e conformada com o que estava acontecendo. Pelo contrário, o estupro coletivo foi somente o gatilho para que #EstuproNãoÉCulpaDaVítima fosse apropriada e a cultura do estupro na sociedade atual fosse concebida como uma realidade e questionada como tantos outros fatos de interesse público nos quais a rede serve como ponte, como o *hub* que junta e organiza as informações e os pontos de divergência existentes nas relações atuais.

Referências Bibliográficas

Bourdieu, P. (1989), *O Poder Simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil,

Boyd, D. (2007). m., & Ellison, NB (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11.

Cult, Queer, Revista Cult Edição Especial, *Queer: Cultura e Subversões das identidades*, Janeiro, 2016, Nº6 ISBN 85-89882-17-9

Foucault, M (1977) *Vigiar e punir. Nascimento da Prisão*. Rio, Vozes.

Le Breton, D. (2007). *A sociologia do corpo*. Tradução de Sônia MS Fuhrmann. Petrópolis. RJ: Vozes.

Mailini F. & Antoun H. (2013). *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina. 278 p.; (Coleção Cibercultura).

Recuero, R., M. Bastos, and G. Zago. (2015) *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina.

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

_____ (2014). *Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma*. Revista Fronteiras (Online): Vol 16, p.1 Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/fronteirasrecuero2014.pdf> (Acesso em 26/06/2017)

Ronson, J. (2015) *Humilhado: como a era da Internet mudou o julgamento público*—Rio de Janeiro: Best Seller. (Coleção Cibercultura).

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN DE INVESTIGACIÓN

ISABEL M^a SANZ CABALLERO

Doctora en Documentación por la Universidad de Extremadura Postgrado en
Community Manager y Social Media
isancab@gmail.com

Resumen

En los últimos tiempos, la visibilidad en la web social ha cobrado una notable importancia en el ámbito académico y profesional y las redes sociales han contribuido a la difusión de la investigación científica. Para los investigadores, actualmente, la presencia en redes sociales les ha permitido obtener una mayor visibilidad.

En 2010 nace la Altmetría, término acuñado por Priem y colaboradores en el Manifiesto Altmétrico, cuyo objetivo es medir el impacto de la investigación cuantificando su presencia en la web social.

Las altmétricas son consideradas una forma alternativa de medir el impacto de los resultados académicos de la investigación a través de la red social y están destinadas a mejorar y complementar las formas más tradicionales de evaluación mediante citas (Priem et al., 2010 en Torres y Milanés, 2014).

El nacimiento de la Altmetría, ha supuesto mayor difusión de la investigación a través de redes sociales como Twitter y Facebook.

Las redes sociales, crean grupos afines con los que compartir información, facilitando la colaboración, además de ser un medio excelente de difusión.

En este trabajo, se analizan los diferentes tipos de redes que permiten difundir las investigaciones científicas, como son:

- Grupos temáticos dentro de las redes sociales generales, como Facebook, Twitter
- Redes sociales científicas, como Research Gate, Mendeley, ResearchID, Academia.edu
- Redes sociales profesionales: LinkedIn

Palabras clave: visibilidad, web social, investigación científica, Altmetría, redes sociales.

Web social o web 2.0

La aparición del concepto de web social se produce en 2004 con el estallido de la burbuja tecnológica, lo que provocó que muchas empresas desaparecieran del mercado o vieran fuertemente reducidas sus expectativas, pero eso no pasó con todas, algunas sobrevivieron y otras aparecieron con nuevas ideas y nuevos modelos de negocio (Margaix, 2007), O'Reilly y MediaLive International, realizan una tormenta de ideas (brainstorming) para analizar aquellas que habían superado la crisis y poder identificar las características claves de éxito. A las que no lo superaron las denominaron "web 1.0" y a las que sí, o estaban teniendo éxito en ese momento las llamaron "web 2.0" (O'Reilly, 2005).

Ciencia 2.0 = web 2.0 + ciencia

La ciencia 2.0 es la aplicación de las tecnologías de la web social al proceso científico. La web social, web 2.0 o web participativa se caracteriza por el empleo de tecnologías abiertas, tanto desde el punto de vista de la arquitectura de la información, como de la interconexión de servicios y, sobre todo, del trabajo colectivo que se realiza de forma telemática, colaborativa y desinteresada.

La web social o web 2.0 introdujo cambios significativos en los entornos del trabajo científico. La principal característica de la web social es la participación. Las tecnologías 2.0 permiten que las personas se relacionen de manera fluida y que los datos se compartan de forma abierta. Son varias las formas en las que la web social se aplica a la investigación, sobre todo en la gestión de la información bibliográfica y en la relación entre investigadores. Es posible determinar que existen tres grandes ámbitos en los que la ciencia abierta se manifiesta:

1. Compartir la investigación. La web social ofrece los recursos necesarios para que los investigadores compartan su trabajo, ya se encuentre en una fase inicial o bien en fase de crítica. Para ello, existen diferentes plataformas abiertas para la

publicación de contenidos, bien a través de blogs, de portales académicos, de redes sociales o de sitios web especializados en la puesta en abierto de hipótesis y experimentos.

2. Compartir los recursos. La ciencia abierta se identifica por la posibilidad de compartir recursos útiles para la investigación, como son referencias bibliográficas, objetos de aprendizaje, enlaces, informaciones o documentos.
3. Compartir los resultados. La ciencia 2.0 se caracteriza por su actitud abierta para difundir resultados de investigaciones, fundamentalmente a través de blogs, de servicios de noticias, de revistas disponibles en acceso abierto y de archivos abiertos o repositorios.

Codina (2009), señala a la Web 2.0 como la responsable de los mayores cambios que han tenido lugar en la Web desde mediados de los 2000 y seguramente la responsable de la relación de la Web con otros canales o medios de comunicación. Parece que era cuestión de tiempo que estos cambios afectaran a las actividades académicas y de investigación.

Codina (2009), destaca dos ideas básicas subyacentes en la extrapolación de la Web 2.0 al terreno de la ciencia:

1. La ciencia es comunicación
2. La ciencia es colaboración

Parece evidente que ambas cosas pueden mejorar con el uso de instrumentos como las redes sociales. Estas dos ideas están muy bien expresadas por los fundadores de ResearchGate:

“The vision of Science 2.0 is promising: Communication between scientists will accelerate the distribution of new knowledge. [...] Science is collaboration, so scientific social networks will facilitate and improve the way scientists collaborate. Cooperation on scientific publications can be facilitated through Wiki-like concepts”.

Hay un tercer componente, que se refiere a la idea de que la Web 2.0 puede aportar no solamente nuevas formas de divulgación de la ciencia, sino también nuevos métodos de evaluación de los artículos e informes científicos.

Webmetría y cibermetría

La aparición de Internet y más concretamente de la web, ha propiciado la necesidad de medir el espacio red, Mas y Aguillo (2015), distinguen tres perspectivas para medirlo:

- Las infraestructuras (medido por el número de host y dominios)
- Los contenidos webs (medido por el número de sitios web y páginas web)
- Los usuarios

El término inglés Webometrics surge en 1997 por Almind e Ingwersen. Casi simultáneamente se empieza a utilizar el término Cibermetría (Cybermetrics, en inglés). Ambos términos se han utilizado en ocasiones indistintamente para referirse a un mismo tipo de estudios. En 2004, Björneborn delimita ambos términos y los define. De este modo, la Webmetría se define como *“el estudio de los aspectos cuantitativos de la construcción y empleo de los recursos, estructuras y tecnologías de la información en la Web empleando una enfoque bibliométrico e informétrico”* (Björneborn e Ingwersen, 2004), mientras que la Cibermetría se define de igual forma pero circunscrita a un ámbito más amplio, englobando tanto la Web como otros servicios de Internet como son los chats, grupos de noticias, correo electrónico, etc. Orduña-Malea y Aguillo (2014) la definen como *“el estudio y caracterización del espacio red a partir del análisis de sus elementos constitutivos (especialmente en los aspectos relacionados con su creación, estructura, topología, difusión interrelaciones, evolución, consumo e impacto) mediante técnicas cuantitativas de investigación social”*.

A continuación, la Figura 1 nos muestra el lugar que ocupan estas disciplinas dentro del área de las ciencias de la información, si bien en los últimos años se ha insistido en el carácter interdisciplinar de la materia.

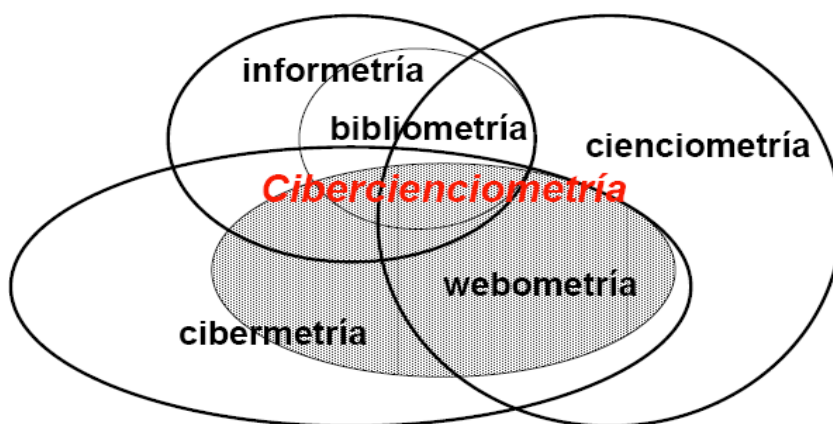


Figura 1. Relación entre Bibliometría, Cienciometría, Informetría, Webmetría y Cibermetría. Adaptado de Lennart Björneborn (2002) y adaptada por Isidro Aguillo (2005).

Altmetría

El concepto de “Altmetría”, que es relativamente reciente (Priem, Taraborelli, Groth, y Neylon, 2010), se ha nutrido directamente de los conceptos y algunas de las técnicas de la webmetría, mucho más asentada y mejor definida desde su surgimiento a finales de los años 90 (Almind e Ingwersen, 1997) Sin embargo, ofrece una capacidad que no proporcionan (al menos directamente) las técnicas webométricas, y es la posibilidad de medir el impacto que genera la investigación directamente en la sociedad. Se distingue así la altmetría de otras disciplinas orientadas a la cuantificación de la actividad científica como la bibliometría, que en la cuantificación del impacto tienen en cuenta las medidas tradicionales como el número de citas o el factor de impacto, a pesar de lo cual, el nivel de aceptación del concepto de altmetría entre la comunidad bibliométrica es bastante alto, especialmente entre aquellos con un perfil más orientado a la Web 2.0 (Haustein et al., 2014).

La Almetría, está considerada como un subcampo de la Webmetría que se refiere al uso de los medios de la web social para medir el impacto o la influencia social de la investigación, es decir, el impacto que tiene en todo tipo de usuarios y no solo en el ámbito académico (Rosseau y Ye, 2013).

Según Torres y Milanes (2014), las altmétricas son consideradas una forma alternativa de medir el impacto de los resultados académicos de la investigación a través de la red

social y están destinadas a mejorar y complementar las formas más tradicionales de evaluación mediante citas (Priem, Taraborelli, Groth, y Neylon, 2010).

Según Aguillo y Más-Bleda (2015), el éxito de las métricas basadas en la web social, es decir, el éxito de la Altmetría, se debe a varios factores:

- No sólo mide el impacto académico, sino también el impacto de trabajos influyentes pero no citados y el impacto desde fuentes que no han tenido una revisión por pares.
- Abarcan una mayor diversidad de materiales (artículos, libros, capítulos de libros, presentaciones, datos en bruto, etc.)
- Las medidas de uso son predictores de impacto más precoces que las citas.
- Los sistemas tradicionales han usado un solo tipo de impacto (número de citas recibidas), mientras que la Altmetría se caracteriza por la diversidad de tipos de impacto o influencia que mide. Además de las citas obtenidas, se puede extraer las veces que ese contenido ha sido leído, descargado, compartido, marcado, tuiteado, mencionado o recomendado.
- Permite estudios a gran escala.

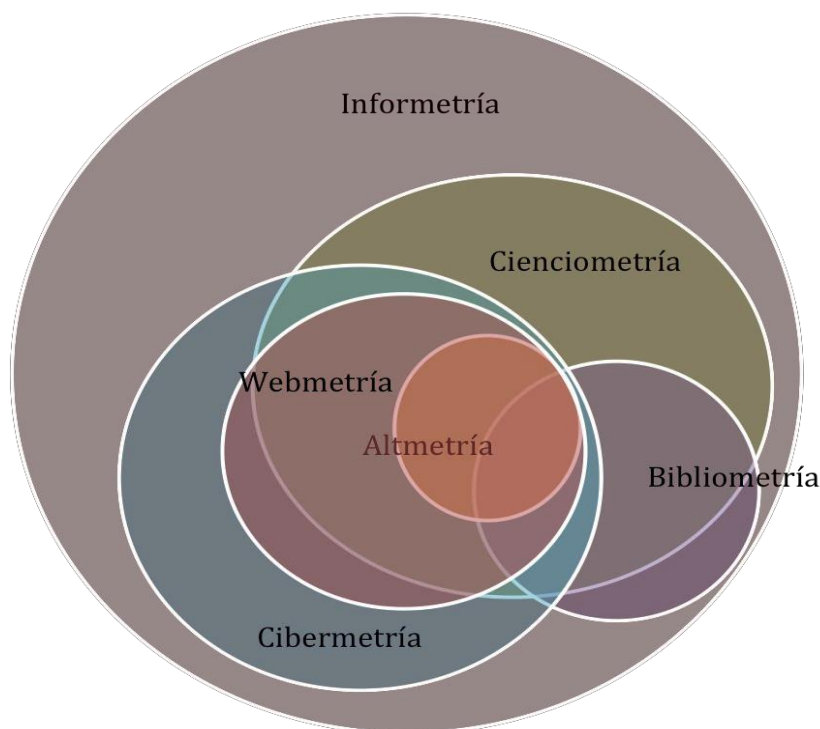


Figura 2. Propuesta para la situación de la Altmetría en el contexto informétrico. Basado en Björneborn e Ingwersen (2004)

A diferencia de los indicadores bibliométricos tradicionales, los almetrics miden una dimensión distinta de la comunicación científica, hablamos de las interacciones mediante la web social de los usuarios, sean estos científicos o no, con los diversos materiales producto de la investigación, sean comunicaciones formales o no formales. Es esta diferencia de medición la que ha generado actualmente una divergencia en la comunidad científica, en cuanto a la adopción de estas herramientas en la misma línea de aquellas que miden el impacto de la productividad científica.

En el Manifiesto Almetrics (Priem, Taraborelli y Groth 2010) se hace una compilación de los objetivos y alcance de esta iniciativa. Sus autores definen que el impacto está formado por cuatro pilares: uso (acceso y descarga); arbitraje por pares (opinión de especialistas): citas; y el compuesto alométrico (almacenamiento, links, bookmarks e intercambio). La gran ventaja, afirman, está en la rapidez con que un artículo es evaluado mediante los medios sociales. En vez de esperar dos años¹ o más para contar citas, en apenas una semana los intercambios vía Twitter, Facebook, LinkedIn y otros, pueden prever el impacto específico de un artículo, y no de la revista donde fue publicado.

Comparativa Factor de impacto, índice h y Altmetric.com

- Altmetric.com. Es una métrica a nivel de artículo, por lo que evalúa el artículo en concreto y no la revista en su conjunto. Intenta recoger la conversación que rodea la publicación concreta. La empresa Altmetric.com monitoriza los medios sociales y publicaciones científicas y asigna un valor que crece si el artículo se debate, enlaza o cita. El autor puede mejorar su resultado llevando una campaña de marketing en medios sociales para difundir su artículo. También puede ser que la prensa lo difunda por interés especial en el tema y el valor suba. El valor que asigna Altmetric.com mediante su famoso donuts, puede compararse con otros artículos de la misma revista.
- El índice h es el FI de un autor. Busca las publicaciones de un autor, las ordena por número de citas y le asigna un número, el índice h. La forma en la que se asigna intenta

¹ El factor de impacto se basa en la media de las citas recibidas por una revista en los años 2 anteriores, y en cambio se toma como el valor de cualquiera de los artículos publicados en ella en el año en curso", decía Aguillo en Aguillo, Isidro F. (2016) "Informetrics for librarians: Describing their important role in the evaluation process". El profesional de la información, v. 25, n. 1, pp. 5-10

minimizar el impacto de un solo artículo. Se dice que este índice va a estar relacionado directamente con la promoción en la vida universitaria. Entre los recursos que ofrecen el índice h destacan Web of Science, Scopus y Google Scholar.

Tabla 1. Comparativa entre: Factor de Impacto, Índice H y Almetric.com

	FACTOR DE IMPACTO	H-INDEX	ALTMETRIC.COM
Nivel de la métrica	Revista	Autor	Artículo
Transparencia del cálculo	Metodología publicada	Metodología publicada	Publicada la metodología aproximada
Nivel de respuesta	Publicación anual basada en datos de hace 2 años		Efectividad real. Aumenta por una frecuencia de actividad en medios sociales
Beneficios para el autor cuando seleccione la revista para publicar	Muy útil, está reconocido por universidades y organizaciones patrocinadoras	No ayuda	No ayuda
Beneficios para el autor al describir la atención que genera	Muy limitado, muy retrasado.	Útil	Muy útil

Manipulación por editores y proveedores	Por supuesto. Solo hay que asegurarse de que las citas sean muchas y el número de artículos bajo. Hay muchas guías para conseguir citas.	Limitado interés	Por supuesto. Solo hay que crear una campaña en social media sobre el artículo.
Manipulación por autores	Limitado pero teóricamente posible	Teóricamente manipulable, pero conlleva mucho trabajo	Por supuesto. El autor puede crear una campaña en social media. Pero también es difícil conseguirlo.
Credibilidad científica	Media. Metodología reproducible pero tiempo limitado, documentos importantes no van a contribuir mucho al FI	Media	Baja relación entre Altmetric y la importancia científica.
Credibilidad académica	Alta. Muchas de las decisiones en la academia y de financiaciones se basan en este índice.	De media a alta. Se está comenzando a usar en algunas áreas académicas para tomar decisiones sobre la progresión de la carrera.	Baja pero subiendo. No sería extraño ver que en un futuro se incluya para decisiones de financiación.

Web social e investigación científica

En los últimos tiempos, la visibilidad en la web social ha cobrado una notable importancia en el ámbito académico y profesional y las redes sociales han contribuido a la difusión de la investigación científica. Para los investigadores, actualmente, la presencia en redes sociales les ha permitido obtener una mayor visibilidad. Según Nassi-Caló (2015) el uso de las redes sociales en la comunicación científica viene aumentando en gran escala, y han sido creadas plataformas específicas para la interacción e intercambio de información entre investigadores.

Según Aguillo y Más-Bleda (2015), los resultados de una encuesta entre los participantes del 17º Congreso de Indicadores de Ciencia y Tecnología celebrado en el año 2012 más de dos tercios de los 71 encuestados tenían perfil en Facebook y en LinkedIn (73,2 y 67,6% respectivamente), aunque menos de la mitad tenían perfil o cuenta en Twitter (43,7%), Google+ (39,4 %), Mendeley (23,9%), Academia.edu (21,1%) y ResearchGate (21,1%). Torres y Milanes (2014), analizan la presencia en redes sociales de un grupo de autores que han publicado en una revista sobre información, bibliotecas y tecnologías de la información; se muestra que el 77% tienen perfil en Google Scholar Profiles, el 70% en LinkedIn y Mendeley, el 55% una cuenta en Twitter y el 47% en Slideshare.

Redes sociales científicas

Academia <http://www.academia.edu>

Ofrece acceso a textos completos, listas de correo especializadas y ofertas laborales. El investigador puede crear una página web sobre sus investigaciones, colgar trabajos, buscar colegas y seguir el trabajo de otros investigadores. Además, puede activar alertas de novedades sobre su materia o revistas de interés.

ResearchGate <http://www.researchgate.net>

Es la mayor red social para científicos e investigadores, con 3 millones de usuarios de todo el mundo, muchos de ellos de España y Latinoamérica. Dispone de un motor de búsqueda semántica que navega por bases de datos y repositorios universitarios dando

acceso a 70 millones de documentos.

Facebook <http://www.facebook.com>

Red de carácter generalista, que, por su grado de penetración puede ser de interés para científicos. Permite la creación de grupos, por lo que su uso puede ser interesante para reunir a investigadores de todo el mundo. Dispone de servicios de comunicación, información y almacenamiento.

LinkedIn <http://www.linkedin.com>

Plataforma creada para intercambiar información y experiencias entre personas con formaciones o trabajos similares. Está muy orientada al ámbito empresarial pero puede ser una buena opción para grupos de investigación ya que es un servicio muy extendido en todo el mundo.

Twitter <http://twitter.com>

Aunque no se trata de una red social, sino de un microblog, se puede integrar este servicio dentro del grupo de las redes sociales, ya que permite comunicarse de forma directa con las personas que se han seleccionado, seguir las publicaciones de aquellas personas que interesen y compartir datos, enlaces, documentos, etc. Pueden realizarse listas de personas para agrupar especialistas en una disciplina.

Otras Redes Sociales Científicas: Academici <http://www.academici.com>

Epernicus Network <http://www.epernicus.com> Lalisio <http://www.lalisio.com>

Methodspace <http://www.methodspace.com> Sciencestage <http://sciencestage.com>

Scispace <http://www.scispace.com>

Ning <http://www.ning.com>

Otras herramientas de la web social

Índices de citas:

Google Académico (Google Scholar) <https://scholar.google.es/>

Es un buscador de publicaciones científicas y, también un índice de citas que ayuda a conocer el impacto que las publicaciones tienen. Google Académico compite pues con otros índices de citación como Web of Science (WoS), de Thomson Reuters, o Scopus, de Elsevier. Google Académico se presenta como una aplicación ideal para realizar al menos tres tareas: buscar el texto completo de un trabajo, buscar la producción bibliográfica de un autor, de una revista o sobre un tema y buscar las citas que recibe un trabajo (libro, artículo de revista, tesis, informe...). Google Académico presenta una amplia cobertura documental, que se pone de manifiesto con la indización de diferentes y variados tipos documentales (libros, artículos de revistas, informes científico-técnicos, preprints, comunicaciones y ponencias en congresos, seminarios y jornadas, tesis y tesinas, sitios web gubernamentales e institucionales etc.). Quedan excluidos documentos no científicos como las reseñas de libros y editoriales, libros de texto, periódicos y revistas comerciales.

Otros gestores de índice de citas: CiteSeerx, GetCITED, etc.

Bases de datos de científicos:

Researcher ID: <http://www.researcherid.com>

Iniciativa gratuita de Thomson-Reuters, por tanto vinculada y asociada a sus productos y a la Web of Knowledge. Permite crear una forma única del nombre, con un número identificativo para cada investigador, evitando duplicidades y errores en la asignación de autorías. Además, proporciona información sobre sus publicaciones, citaciones, índice h, etc. Se trata por tanto de una base de datos de autoridades, cuyo principal objetivo es reunir las diferentes formas bajo las que un autor firma. Dichas formas son aportadas directamente por el autor, quien es el mejor conocer de los posibles nombres sobre los que su producción puede ser descrita.

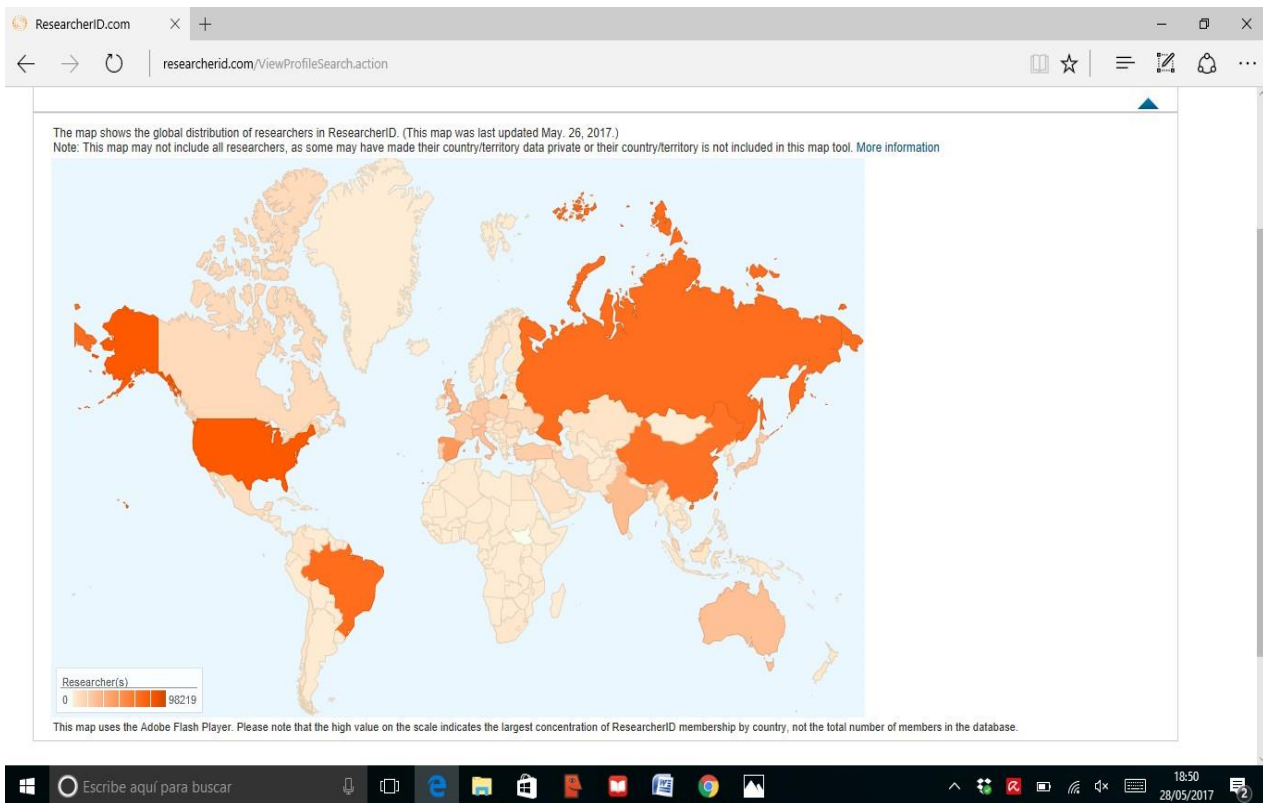


Figura 3. Distribución global de investigadores registrados en ResearcherID (Mapa actualizado el 26 de mayo de 2017.)

Fuente: <http://www.researcherid.com/ViewProfileSearch.action>

Otras Bases de datos de científicos: Emerald Research Connections.

Plataformas para la investigación: HUBzero, NanoHUB, MyExperiment, NatureNetwork, Arts-humanities.net, Feelsynapsis, etc.

Servicios instrumentales participativos: Google Docs, Office Live Workspaces, Zoho, Thinkfree Online, Box, Skydrive, SlideShare, Zentation, SciVee, Videolectures, Issuu, Prezi, Scribd, Calameo, etc.

Gestores de referencias bibliográficas: Zotero, Refworks, RefBase, Bibme, etc.

Favoritos sociales: 2collab, CiteUlike, Connotea, Mendeley, etc.

Blogs y wikis: Science Blogs, MADRI+D, PLoS Blog, etc.

Servicios de noticias científicas: SciTopics, Wikio, ScienceDaily, Science News, Science 2.0, Research information, etc.

Bibliografía

Almind T, Ingwersen P. Informetric analyses on the World Wide Web: methodological approaches to "webmetrics". *J Document* 1997; 53(4):440-26

Björneborn, L., & Ingwersen, P. (2004). Toward a basic framework for webometrics. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(14), 1216-1227.

Codina, L. (2009). Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos. *Hipertext. net*, 7, 295.

González, N. Comparativa Factor de impacto, índice h y Altmetric.com. Disponible en: <http://www.nievesglez.com/2016/01/comparativa-factor-de-impacto-indice-h.html> (Consultada: 23 de mayo de 2017)

Margaix-Arnal, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, 16(2), 95-106.

Mas Bleda, A., & Aguillo Caño, I. (2015). La web social como nuevo medio de comunicación y evaluación científica.

Nassi Calò, L. Estudio analiza el uso de las redes sociales en la evaluación del impacto científico. En: *SciELO en Perspectiva*. 13 Mar 2015 [citado 17 Dic 2016]. En: *SciELO en Perspectiva [Internet]*. [s.l.]: Scielo. Disponible en: <http://blog.scielo.org/es/2015/03/13/estudio-analiza-el-uso-de-las-redes-sociales-en-la- evaluacion-del-impacto-cientifico/>

Orduña-Malea, E., & Aguillo, I. (2014). *Cibermetría. Midiendo el espacio red*. Barcelona: UOC.

O'reilly, T. (2005). What is web 2.0. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Consulta: 18 de mayo de 2017.

Priem, J., Taraborelli, D., Groth, P., & Neylon, C. (2010). *Altmetrics: A manifesto*.

Priem, Jason; Costello, Kaitlin; Dzuba, Tyler (2012). "Prevalence and use of Twitter among scholars". En: Symposium on informetric and scientometric research. New Orleans, LA, USA, October 12.

REBIUN, Red de Bibliotecas Universitarias Españolas (2010). Ciencia 2.0: Aplicación de la web social a la investigación.

Rousseau, F.; Ye, Y. (2013). A multi-metric approach for research evaluation. Chinese Science Bulletin, 58(26), 3288-3290.

Torres-Salinas, D., y Milanés-Guisado, Y. (2014). Presencia en redes sociales y alométricas de los principales autores de la revista "El Profesional de la Información".

Wacogne, Ian D. (2016) «Article metrics: measuring the impact and importance of papers». Education & practice online first, v. January, n. 14, pp. 1-2. <http://dx.doi.org/doi:10.1136/archdischild-2015-309312>

ACESSO E APROPRIAÇÃO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM REDES SOCIAIS NO BRASIL: REFINANDO A NOÇÃO DE “PARTICIPAÇÃO”

TELMA SUELI PINTO JOHNSON

Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil)/LabCom – UBI Universidade (Portugal)
tjohnson@globo.com

PEDRO AUGUSTO FARNESE

Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil)
pedro.farnese@ifsudeste.edu.br

Resumo

Este artigo examina formas de apropriação e deliberação mediada de notícias na página do centenário jornal impresso brasileiro O Estado de S. Paulo acessada pela plataforma de rede social global Facebook. O estudo problematiza a interação entre usuários sob a ótica da qualidade da participação para além das práticas de “curtir” e “compartilhar” – entendidas neste estudo como triviais e convenientes – com base nas postagens das notícias feitas pelo jornal. A categoria “comentário” é operacionalizada como possibilidade de participação mais ativa e elaborada, pelo espaço aberto para trocas comunicacionais públicas argumentadas por razões. Um *corpus* comparativo de análise foi selecionado nos meses de outubro de 2015 e outubro de 2016, totalizando 386 postagens e 1.911 comentários, em busca de apreender e diferenciar modalidades e níveis de participação válidos e responsáveis, capazes de construir e sustentar debates públicos democráticos e significativos. Uma ferramenta analítica qualitativa para a depuração dos comentários é proposta, atentando para o conturbado contexto político e sua relação com o dramático quadro econômico recessivo no país.

Palavras-chave: jornalismo; redes sociais; problemática da participação.

Abstract

This article examines forms of appropriation and mediated deliberation of news on the page of the centennial Brazilian printed newspaper O Estado de S. Paulo accessed by the global social networking platform Facebook. The study problematizes the interaction among users from the point of view of the quality of participation, in addition to the practices of "liking" and "sharing" - understood in this study as trivial and convenient - based on news postings made by the newspaper. The category "comment" is operationalized as a possibility of more active and elaborated participation, for the open space for public communication exchanges argued by reasons. A comparative *corpus* of analysis was selected in the months of October 2015 and October 2016, totaling 386 posts and 1,911 comments, in order to apprehend and differentiate valid and responsible participation models and levels capable of building and sustaining democratic and meaningful public debates. A qualitative analytical tool for debugging the comments is proposed, considering the troubled political context and its relationship with the dramatic economic recession in the country.

Keywords: journalism; social networks; issues of participation.

Introdução

Este trabalho integra o projeto de pesquisa “Jornalismo em redes sociais: explorando remediações e modelos de negócios emergentes”, em desenvolvimento desde 2014 na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. O projeto guarda-chuva investiga estratégias editoriais e mercadológicas de jornais tradicionais no contexto brasileiro em sites de redes sociais.

Na etapa inicial, a partir de perspectivas teóricas da mídia na era da convergência, particularmente as noções de remediação, interação e redes sociais, examinou-se padrões de forma e conteúdo jornalísticos adotados pelo jornal de circulação nacional O Globo em sua página no Facebook, comparando postagens dos meses de fevereiro e agosto de 2014. A análise de conteúdo híbrida (*corpus* quali-quantitativo) mostrou evidências de que o jornal utiliza a rede social como alvo para circulação e recirculação de notícias com potencial de remediação para o seu website, sem interação com os internautas (Johnson & Ferreira, 2015).

Numa etapa seguinte, o projeto voltou-se para a identificação de modelos emergentes de personalização de notícias em O Globo no Facebook, explorando categorias de conteúdo (*soft* e *hard news*) e horários de distribuição. Com base no esquema proposto pelo pesquisador alemão Mirko Lorenz (2014) sobre os graus possíveis de personalização em publicações na web, 295 postagens foram coletadas entre 11 e 15 de junho de 2015. Os resultados (Johnson, 2015) revelaram, em linhas gerais, que o jornal faz adaptação de conteúdo de acordo com os períodos do dia, com picos de atualização à noite e postagens de apelo erótico durante as madrugadas.

A investigação, na fase atual, toma como ponto de análise formas de acesso, apropriação e deliberação mediada de notícias de marcas jornalísticas tradicionais que disponibilizam conteúdo no Facebook. A interação entre os leitores é problematizada sob a ótica da qualidade da participação, para além das práticas de “curtir” e “compartilhar”. Identifica-se, num primeiro momento, gêneros informativos e editoriais que geram mais comentários entre os visitantes da página do jornal O Estado de S. Paulo na rede social, que aqui passamos a chamar de “Estadão”. A categoria

“comentário” é operacionalizada, como participação mais ativa e elaborada, atendo-se a critérios de trocas públicas argumentadas por razões (Gomes, 2014; Gomes e Maia, 2008; Habermas, 2003).

O monitoramento do Estadão no Facebook foi realizado em dois momentos distintos, separados por um período de 12 meses, permitindo uma reflexão comparativa sobre desafios, limites e possibilidades dos fenômenos da mediação e mídiatização na comunicação contemporânea em contextos situacionais específicos. A primeira coleta de dados ocorreu nos dias 14, 15 e 16 de outubro de 2015, após pesquisa da norte-americana *Bites* apontar o jornal como o veículo com maior poder de engajamento na internet no Brasil (Portal da Imprensa, 2015). A segunda rodada de construção do *corpus* de pesquisa decorreu nos dias 17, 18 e 19 de outubro de 2016.

Consumo de notícias em redes sociais sob contextos específicos

O crescente acesso e consumo de notícias em redes sociais é um fenômeno mundial. Dados recentes do *Reuters Institute for the Study of Journalism* (Digital News Report 2016) apontam que 51% de um universo de 50 mil entrevistados em grupos focais de 26 países usam mídias sociais como fontes de notícias toda semana. O Facebook, de acordo com o relatório, é a rede global mais acessada para encontrar, ler/assistir e compartilhar notícias.

O relatório identifica, no universo de países pesquisados, que os mais altos índices de utilização das redes sociais como fontes de notícias estão na Grécia (74%), Turquia (73%) e Brasil (72%). O alto consumo de notícias em redes sociais pelos gregos está relacionado à baixa confiança nos jornalistas e nas empresas jornalísticas, o que gera na população resistência em pagar para receber notícias. Kalogeropoulos (2016, p. 70) observa que há uma alta taxa de participação entre os gregos, em termos de compartilhar e comentar, porque as redes são vistas como “ferramentas de expressão de opiniões e sentimentos diante do contínuo estado de desordem política e econômica” do país.

No caso da Turquia, as redes sociais se tornaram populares pela alternativa de acesso às notícias, em função da intensificação do governo turco no controle e supressão da

liberdade de imprensa. Yanatma (2016, p. 72) afirma que “as mídias sociais emergiram como uma ferramenta de comunicação-chave para seguir os desenvolvimentos nacionais”. Em sua análise, 64% dos turcos usam o Facebook para compartilhar e discutir notícias em consequência da polarização política no país, mas pessoas com formação educacional mais elevada utilizam, principalmente, redes alternativas como Twitter (30%) e Instagram (12%).

Os dados do *Digital News Report 2016* relativos ao Brasil apresentam a especificidade de serem representativos do comportamento dos consumidores de notícias em áreas urbanas. A população brasileira de 204,5 milhões de habitantes com 58% de acesso à internet está representada numa amostra de 2.001 respondentes. O fenômeno da alta taxa de acesso e consumo de notícias em redes sociais não é explicado qualitativamente pelo relatório. Carro (2016), contudo, correlaciona a perda de leitores em nove dentre os dez jornais com maior circulação impressa em 2015, enquanto que o uso de notícias online cresceu 50% no primeiro semestre de 2015 quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

Um olhar mais atento sobre os dados quantitativos do relatório nos leva a questionar formas de consumo de informação jornalística em redes sociais pelos brasileiros, particularmente notícias produzidas e colocadas em circulação por marcas jornalísticas tradicionais. A pergunta central que este estudo faz é: Como os usuários dessas páginas se apropriam das notícias para além de práticas comuns como “curtir” e compartilhar”? Parte-se do pressuposto que a categoria “comentário”, em redes sociais, configura-se como forma de participação mais ativa e elaborada, sob o viés da interação humana comunicativa (Primo, 2007; Rost, 2014), do que escolhas mais simplistas e automatizadas de clicar em curtir, descurtir ou compartilhar.

A problematização sobre formas de acesso, consumo e apropriação de notícias em redes sociais configura-se como questão relevante num cenário mundial em que os algoritmos ganham, cada vez mais, sofisticação e ubiquidade na mediação dos discursos e fluxos de conhecimento humano (De Santi, 2015; Gillespie, 2014). Wooley (2016) define algoritmos sociais – em oposição a algoritmos gerais de busca, navegação e recomendação – como um tipo particular de *software* automatizado desenhado para coletar informações, tomar decisões, interagir e imitar usuários reais online.

Um dos aspectos maléficos da automação digital em redes sociais, argumenta Wooley (2016, p. 2), é que esse tipo de robotização está sendo usado para propósitos políticos. “A característica-chave dessa variedade de robôs não é onde eles estão, por exemplo, numa plataforma particular, mas o que eles fazem [...], coletar e filtrar informações”. Em linha com uma literatura internacional em construção, Wooley (2016) descreve que os algoritmos sociais estão sendo amplamente utilizados como recurso de manipulação da opinião pública em sites como Facebook e Twitter.

No propósito de avançar para um construto sobre noções de participação mediada pelas tecnologias contemporâneas, atentando para as possibilidades algorítmicas de manipulação sociopolítica, decidiu-se como estratégia metodológica inicial quantificar as categorias “curtir”, “compartilhar” e “comentar” como formas gerais de participação. Em seguida, adotou-se como critério selecionar notícias postadas pelo Estadão que geraram um número de comentários superior ao número de compartilhamentos para, então, proceder à análise sobre natureza dos comentários tendo como pano de fundo critérios de validação e argumentação justificada por razões, como veremos adiante.

Uma das bases dessa classificação considera a categorização geral aplicada no *Digital News Report 2016* sobre formas de engajamento no acesso e consumo de notícias em redes sociais. O participante ativo é considerado aquele que lê, compartilha e comenta notícias, enquanto que o participante reativo lê, compartilha, mas não comenta, e o participante passivo lê, mas não compartilha e nem comenta. Um outro ponto de apoio foi a reportagem investigativa publicada pela revista Superinteressante intitulada “O lado negro do Facebook” (De Santi, 2015), que descortina os *likes* como espécie de moeda social da rede, cobrados monetariamente sob a lógica dos algoritmos.

Na literatura acadêmica, há uma tradição de estudos sobre a relação entre a construção social da tecnologia e o espírito capitalista, conhecida como *Social Construction of Technology* (SCOT). Uma sistematização recente dessa tradição foi apresentada por Mager (2011) na conferência *A Decade in Internet Time*, realizada pelo HUMlab, da *Umea University* (Suécia). Para além da revisão da literatura, estudos empíricos de Mager (2011) sugerem a necessidade de mudança do foco sobre os impactos que os instrumentos de busca têm na sociedade quanto às práticas sociais e relações de poder envolvidas na construção desses mecanismos baseados na ideologia dos algoritmos.

Concordamos com Mager (2011, p. 13) quando afirma que

Essa mudança de perspectiva nos permite entender que a tecnologia de busca, como qualquer outra tecnologia, poderia ser de outra forma. Se os provedores de *websites* ou usuários escapassem dessa dinâmica central da rede, o poder dos instrumentos de busca e seus esquemas de exploração se desintegrariam. Se a mídia e os ativismos iniciassem um debate mais crítico sobre os instrumentos de busca e a miríade de dados que eles coletam, armazenam e processam esses big players [...] seriam desestabilizados.

Embora Mager trabalhe com o instrumento de busca Google como objeto empírico, neste estudo consideramos que tanto *websites* de busca como *websites* de redes sociais são sistemas de bases de dados sofisticados, construídos em arquiteturas relacionais flexíveis, que permitem alimentação rápida, bem como processos de filtragem e recuperação de informações automatizados por algoritmos (Woolley, 2016). O reconhecimento dessas ferramentas como padrões de lógicas matemáticas computacionais (Manovich, 1999) não impede, contudo, que possamos diferenciar os termos “base de dados” e “algoritmos” (Gillespie, 2014) como estruturas que, embora funcionem juntas na prática, podem ser analisadas distintamente sob uma perspectiva sociológica.

Nesta linha, interessa-nos apreender e compreender apropriações sociais da tecnologia, sob o ângulo do consumo de notícias via Facebook no contexto brasileiro. A reportagem investigativa publicada por De Santi (2015), intitulada “O lado negro do Facebook”, nos dá algumas pistas para o construto de um modelo-piloto de proposta metodológica de coleta e análise de dados híbridos (qualiquantitativos). De Santi (2015) testou o algoritmo do Facebook, durante alguns meses, criando quatro diferentes páginas vazias, sem postagem de qualquer conteúdo.

Na comparação, o jornalista observou que quando há pagamento pelos “impulsionamentos” das postagens (em inglês, *boosting*), o algoritmo produz muitos *feedbacks*. O jornalista pagou R\$ 20 em troca de *likes*, em uma das páginas, recebendo 69 “curtidas” em menos de 24 horas. Em outra página, De Santi recebeu 167 *likes* após o pagamento de R\$ 96 ao Facebook. O mais revelador é que De Santi, ao entrar em contato usando o seu nome real com quem havia curtido as páginas para saber as razões

do gesto, recebia mensagens desconexas e truncadas, que depois veio a concluir ter sido produzidas automaticamente pelo algoritmo.

Segundo releva De Santi (2015, p. 39)

Uma ou outra respondeu, sempre seguindo o mesmo padrão pouco esclarecedor: “Não tinha nada para curtir, mas eu curti assim mesmo”. Fui perdendo o ânimo até que, por algum motivo, o Facebook passou a me impedir de enviar mensagens pagas. Ele deixou de ganhar alguns reais – e eu perdi meu único jeito de entrar em contato com as pessoas que tinham curtido minhas páginas falsas. Aparentemente, pelo menos algumas delas eram gente de verdade, não robôs programados para dar cliques. Por que deram *likes*, jamais saberemos.

A incógnita levantada por De Santi, bem como o crescente atravessamento da lógica dos algoritmos na vida pública, constitui-se como parte das múltiplas dimensões dos fenômenos da comunicação mediada. Mitchel e Hansen (2010, p. XII) observam que o termo “mídia”, como um substantivo singular coletivo, é de alguma forma vinculado à emergência dos meios de comunicação de massa – do investimento do século XVIII no papel como o meio de circulação e sociabilidade, à invenção do século XIX com a eletricidade como o meio da fenomenalidade, aos jornais do fim do século XIX e à televisão do século XX, formas através das quais a informação é mediada.

As reflexões de Mitchell e Hansen são relevantes para os propósitos deste trabalho à medida que chamam a atenção para a perspectiva de que os estudos da mídia não podem se restringir aos estudos dos meios de comunicação enquanto tecnologias *per se*, numa linha determinista, mas devem se abrir aos estudos da racionalidade fundamental entre o homem e a técnica (Stiegler, 2010), enquanto função irreduzível da mediação na história humana.

Como Mitchell e Hansen explicam (2010, p. xii),

O significado moderno mais antigo de meio como substância intermediadora parece não apenas fazer uma aparição disfarçada, mas fazer assim numa maneira – ou seja, como uma generalidade – capaz de sustentar a integridade do termo mídia através de suas várias disjunções e reinvenções periódicas. Como um termo denotando “substância infiltrada e envolvente” em que os organismos humanos vivem, meio designa uma relacionalidade mínima, uma abertura mínima para a alteridade, um acoplamento ambiental mínimo, que aparece de alguma forma central para o entendimento de nós mesmos como seres “essencialmente” protéticos.

Essa noção mais abrangente de mídia interessa particularmente, como pano de fundo deste trabalho, pelas possibilidades de reflexão e análise de empirias sob o ângulo das noções de mediação e midiaticização. É perceptível que a amplitude que a noção de mediação ganhou nos estudos da comunicação (Martino, 2015), nas últimas décadas, dificulta seu valor heurístico e rendimento analítico. Silverstone (1999) atribui caráter genérico e fortemente des-singularizante da mediação, bem como a não-explicitação das determinações políticas, econômicas, estéticas, técnicas.

Para Silverstone (1999), é necessário pensar a mídia como um processo de mediação, de “circulação de significados”. Como explica o autor (Silverstone, 1999, p. 33), a mediação é infinita, constrói, reafirma e descontinua quadros de representação e experiência, como processo interpretativo, inacabado, em constante devir.

A mediação implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significados, em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e textos sobre a mídia circulam em forma escrita, oral e audiovisual, e à medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para a sua produção.

Ao recorrer a Habermas, colocando em relação a mídia e o processo político, Silverstone (1999) observa que no novo ambiente midiático sobrecarregado de informações e pluralidade de vozes que fazem confundir os limites das esferas pública e privada, parece que a “participação eficaz” desapareceu. O autor desafia o papel contemporâneo das instituições midiáticas: “Em debate está a capacidade [...] de criar e sustentar um debate público significativo: de maneira justificável, acessível e responsável. Não podemos pedir, nem devemos esperar, menos” (Silverstone, 1999, p. 273).

Num percurso conceitual por correntes que tentam dar conta do papel que desempenham as instituições e os processos envolvidos na comunicação mediada, Ramirez (2016) argumenta que apesar de aproximações diversificadas e desconexas aos fenômenos midiaticizados, todas contemplam a comunicação como elemento-chave. Ramirez (2016, p. 17), assim, propõe o conceito de “midiaticização” como expressão da

“centralidade” das tecnologias e dos processos de comunicação”, que perpassam a vida econômica, política e permeiam o universo de valores e representações na atualidade.

Embora a noção de midiatização de Ramirez (2016, p. 17) enfatize a centralidade midiática para a interpretação do devir das sociedades contemporâneas, sua proposta rejeita leituras deterministas ao considerar que a midiatização “estabelece contornos e captura fluxos”. Nesse sentido, há uma articulação entre a visão de Ramirez (2016) e Hjarvard (2012), que entende a midiatização da sociedade como processo pelo qual relações humanas e práticas sociais se articulam com as mídias, tornando-se práticas rotineiras. “A sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (Hjarvard, 2012, p. 54).

Percursos metodológicos e achados

As noções de meio, mídia, mediação e midiatização foram utilizadas como ferramentas conceituais de auxílio para uma aproximação empírica com formas e níveis de qualidade da participação, por meio dos “comentários”, na página do Estadão no Facebook. A estratégia metodológica central foi deixar que categorias de análise emergissem naturalmente do próprio *corpus* de pesquisa como reflexo de um ambiente de crise econômica, manifestações populares e polarização política no contexto brasileiro.

Na primeira fase de coleta de dados das postagens do Estadão, nos dias 14, 15 e 16 de outubro de 2015, o cenário no Brasil era de forte acirramento político entre as siglas PT (Partido dos Trabalhadores) e PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), que marcou a campanha presidencial de 2014. A disputa entre a então presidente Dilma Rousseff (PT), candidata à reeleição, e o senador Aécio Neves (PSDB) se travava num momento de fraco desempenho da economia brasileira, após anos de crescimento econômico no governo petista do presidente Lula (2003-2011).

Esse período da pesquisa também apresentava como pano de fundo duas questões relevantes na vida social do país:

- Os resultados do julgamento dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) no processo conhecido como “Escândalo do Mensalão” – corrupção política mediante compra de votos entre 2005 e 2006 de parlamentares no Congresso Nacional do Brasil, que teve como protagonistas alguns integrantes do governo Lula, membros do PT e de vários outros partidos políticos;

- O conjunto de investigações da operação “Lava Jato”, iniciada sigilosamente em 2013 e deflagrada oficialmente pela Polícia Federal do Brasil em 17 de março de 2014, encontrava-se na sua 21ª fase com a prisão de dezenas de doleiros, executivos de empresas de fachada e dirigentes do alto escalão da empresa estatal Petrobras.

Na segunda fase de coleta de dados da pesquisa, um ano depois (nos dias 17, 18 e 19 de outubro de 2016), a operação Lava Jato encontrava-se em sua 35ª fase, desvelando o Brasil como um país afundado na corrupção sistêmica. Naquele momento, a Polícia Federal já havia cumprido mais de 1.000 mandados de busca e apreensão, de prisões temporárias e preventivas, de condução coercitiva, nas apurações sobre esquemas de lavagem de dinheiro, organização criminosa, obstrução da justiça, operação fraudulenta de câmbio e recebimento de vantagens indevidas.

Neste cenário de agravamento da crise política, econômica e institucional, duas outras questões merecem destaque para compreender a ambiência dos “comentários” e qualidade da participação na página do Estadão no Facebook:

- O processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, iniciado em 02 de dezembro de 2015 na Câmara dos Deputados, já havia se encerrado em 31 de agosto de 2016, resultando na cassação do seu mandato sob a alegação de desrespeito à Lei Orçamentária e à Lei de Improbidade Administrativa. A presidente fora afastada por decisão do Senado Federal em 12 de maio de 2016, assumindo interinamente o cargo o vice-presidente Michel Temer. Com o impedimento definitivo, Temer assumiu o cargo;

- Em setembro de 2016, um mês antes da segunda fase da pesquisa, a taxa de desemprego chegava a 11,8%, atingindo 12 milhões de brasileiros. Só no ano de 2016, um total de 1,3 milhão de trabalhadores perdeu seus empregos formais.

O mapeamento privilegiou, numa etapa inicial, apenas “comentários” que excederam o número de “compartilhamentos”, como proposta de filtro para o corpus analítico desta

proposta metodológica. No monitoramento de outubro de 2015 foram identificadas um total de 185 postagens do Estadão e no monitoramento de outubro de 2016 outras 201 postagens, totalizando 386 publicações colocadas em circulação pelo jornal no Facebook. Todas as postagens foram classificadas de acordo com as definições de *hard* e *soft news* (Silva, 2013; Sousa, 2002).

Em linhas gerais, as categorias de valores-notícia envolvendo *hard News* foram: impacto; conflito; polêmica; proximidade; governo; tragédia/drama; surpresa e justiça. Já as categorias *soft news* incluíram entretenimento; curiosidade; conhecimento e raridade. Uma categoria extra, denominada Outras, abarcou todas as notícias que não se encaixam nas categorias hard nem soft News, pela falta de clareza do conteúdo do título ou fotos que só poderiam ser entendidas caso o usuário clicasse na legenda que remediava o conteúdo para o website do jornal.

A **Tabela 1** apresenta os resultados gerais comparativos dos achados, a partir dos dados quantitativos e qualitativos, dos dois momentos da investigação:

Etapa 1 (Outubro/2015)	Etapa 2 (Outubro/2016)
185 postagens (média diária de 61,6 publicações) – 49% <i>soft news</i> , 47% <i>hard news</i> , 4% outros.	201 postagens (média diária de 67 publicações) – 55% <i>hard news</i> , 39% <i>soft news</i> , 12% outros.
Postagens que apresentaram mais comentários em relação a compartilhamentos: 30 (16,2% do total)	Postagens que apresentaram mais comentários em relação a compartilhamentos: 58 (28,8% do total)
Entre as 30: 21 soft news (70%) , 09 <i>hard news</i> (30%)	Entre as 58: 37 soft news (63,8%) , 21 <i>hard News</i> (36,2%)
Postagem com o maior número de comentários: Título: “Que burrada eu fiz” – Como subtítulo, a postagem contextualiza o caso de uma faxineira que comeu o bombom de um delegado da Polícia Federal de Roraima (14/10/2015) / <i>Hard news</i>	Postagem com o maior número de comentários: Título: “Alunos são algemados por guardas municipais em protesto contra MP do ensino” (18/10/2016) / <i>Hard news</i>
Total de comentários analisados: 468 Desqualificados: 357 Qualificados: 111	Total de comentários analisados: 377 Desqualificados: 15 Qualificados: 362
Postagem com o 2º maior número de	Postagem com o 2º maior número de

comentários: Título: “Para delegado da PF, houve quebra de confiança no caso do Bombom” (15/10/2015) / <i>Hard news</i>	comentários: Título: “Jon Bon Jovi não aguenta mais cantar hits como <i>Livin on a Prayer</i> : ‘Me deprime’” (17/10/2016) / <i>Soft news</i>
Total de comentários analisados: 727 Desqualificados: 620 Qualificados: 107	Total de comentários analisados: 339 Desqualificados: 196 Qualificados: 143

Tabela 1: Corpus comparativo de análise do Estadão no Facebook: Total de 386 postagens e 1.911 comentários

Fonte: Autoria própria

A coleta de dados quantitativos foi realizada no intervalo de 24 horas após cada postagem do jornal. Notou-se, em ambos os monitoramentos, que os “comentários” que superaram o número de “compartilhamentos” foram reações de *soft news* – 70% sobre as 30 postagens selecionadas de 2015 e 63,8% sobre as 58 postagens selecionadas de 2016. As editorias que mais postaram *soft news* foram “Mais”, englobando assuntos de temáticas variadas e casos curiosos, e “Cultura”, sugerindo que, na percepção do jornal, os usuários do Facebook têm mais interesse por informações amenas.

As notícias de natureza *hard*, entretanto, receberam maior destaque no número de participações dos usuários da rede social. O **Gráfico 1** e o **Gráfico 2** permitem a visualização comparativa das editorias que mais postaram no período dos monitoramentos. Observa-se que a editoria de Política, com assuntos factuais e polêmicos, foi a que mais postou no ano de 2015, predomínio que se acentuou sobre todas as demais editorias (*soft e hard news*) no ano de 2016.

Em 2016, foram 71 postagens no total, o que corresponde a 35% do total. As peças noticiosas em sua maioria eram informativas, mas houve um total de 16 publicações oriundas de colunistas (jornalismo opinativo). Como observamos anteriormente, o período do segundo monitoramento ocorreu durante o agravamento da crise econômica, política e institucional brasileira pós-*impeachment*. Já a editoria “Mais”, mesmo englobando um número maior de assuntos, dessa vez apareceu em 2º lugar com um total de 52 posts (26%) contra 63 posts do ano anterior.

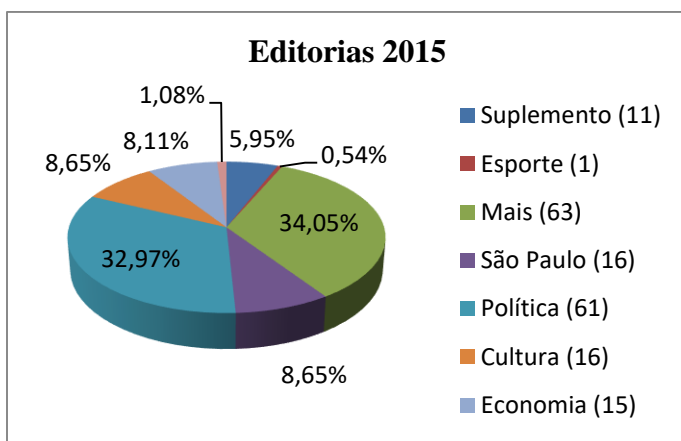


Gráfico 1: Postagens das editoriais do Estadão em 2015

Fonte: Autoria própria

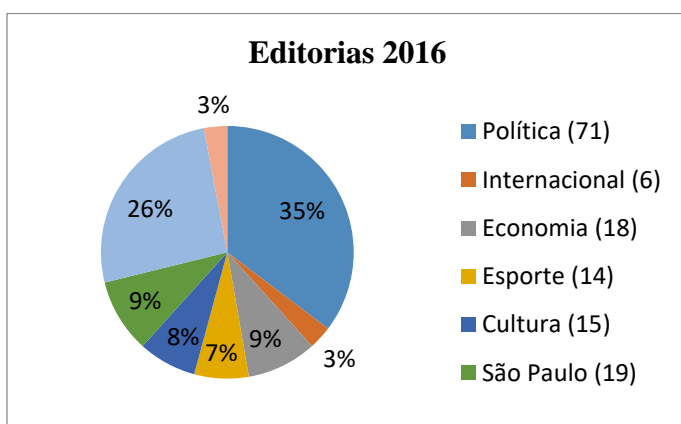


Gráfico 2: Postagens das editoriais do Estadão em 2016 **Fonte:** Autoria própria

Análise sobre a qualidade das interações

O caso da faxineira e do delegado postado no dia 14/10/2015 assumiu repercussões impensáveis, se compararmos com décadas atrás quando seria considerado, pela imprensa tradicional e pelo público consumidor das mídias tradicionais, como mais uma notícia que trata da vida desigual brasileira. O exemplo, considerado como estrato real e documental desta pesquisa, demonstra a aceleração das mediações humanas com as técnicas (Stiegler, 2010), mas ganha valor como objeto de análise de produtos sociais, gerados em ambiências públicas, supostamente, democráticas, em sociedades midiaticizadas.

Wolton (2010) levanta uma questão fundamental para a reflexão sobre a condição humana no século XXI, que não mais sofre com a escassez de notícias, mas, ao contrário, com o excesso de informações, que gera caos, ingenuidade, desorientação, vigilância e coloca, em disputa, formas de pertencimento e poder. Wolton (2010) explora o paradoxo entre informação e comunicação, como campos separados das tecnologias de comunicação em rede, com proposições para se pensar a comunicação contemporânea. Informação é transmitir, numa relação básica de emissão e recepção. Comunicar é aceitar que há alguém no outro lado do processo de comunicação, como condição primeira (Habermas, 2002; Johnson, 2015; Wolton, 2010).

Após avaliação preliminar da natureza das postagens, o foco foi angular os comentários que se qualificaram como formas de participação ativa, democrática e significativa (Silverstone, 1999; Wolton, 2010). Não foram incluídos na coleta “comentários dos comentários”, porque a quantidade identificada e monitorada escaparia dos propósitos da pesquisa. Os comentários foram classificados em qualificados e não qualificados, de acordo com critérios básicos de racionalidade em discussões públicas. Dessa forma, descartamos argumentos fundamentados em crenças, emoções e paixões e desconsideramos comentários agressivos, com ataques pessoais e uso de palavras de baixo calão como demonstrado na **Figura 1**.



Figura 1: Comentários categorizados como não qualificados

Fonte: *Fanpage* Jornal Estadão de 15/10/2015

Na etapa seguinte analisou-se cada um dos comentários considerados qualificados, com o objetivo de categorizar as abordagens apresentadas. Nas análises dos dados coletados em outubro de 2015 foram identificados três níveis de comentários:

Nível 1 – Crime: visões a favor ou contra a postura do delegado, levando em conta argumentos de cunho jurídico, recorrendo ao Direito Penal Brasileiro;

Nível 2 – Contexto: referências às questões políticas e econômicas da realidade brasileira, com citações diretas a empresas e pessoas. Foram desconsiderados comentários genéricos como, por exemplo, "Prender esse bando de políticos esse delegado não quer, neh";

Nível 3 – Surpresa: comentários que demonstraram inquietações a respeito da notícia, questionando inclusive o valor da notícia e os critérios de noticiabilidade adotados pelo Jornal.


Na postagem 1, houve uma maior incidência de comentários relacionados ao Nível 1. Já na postagem 2, a categoria Contexto se destacou, conforme pode-se verificar na **Tabela 2**.

Classificação dos comentários	Notícia 01	Notícia 02
Nível 1: Crime	53 (48%)	31 (29%)
Nível 2: Contexto	34 (31%)	40 (37%)
Nível 3: Surpresa	24 (21%)	36 (34%)


Tabela 2: Classificação dos comentários qualificados


Fonte: Elaboração dos autores

Na primeira postagem, o público se mostrou mais impactado com a informação, assumindo posturas contra ou a favor da faxineira, mas também questionando a atitude da autoridade. Várias argumentações foram utilizadas, desde as fundamentadas em leis, até aos valores morais e de costume impostos pelas famílias. Prevaleram comentários que julgaram o roubo em si, independente do seu valor, condenando a subtração do bombom, como apresentados na **Figura 2**.

 **Manuela Assunção** Primeiro que o que ocorreu foi furto e não roubo. Segundo, que no Direito Penal existe a figura do princípio da insignificância, de forma que furto de coisa de valor irrisório constitui atipicidade do fato, ou seja, não há crime. Pelo motivo de que cabe ao Direito Penal proteger fatos mais graves como os que estão ocorrendo.

Em terceiro lugar, ainda que não existisse tudo o que eu falei, a lei não pune o furto famélico, ou seja, o furto de coisa para comer. Assim, ela é uma coitada, vítima do egocentrismo de uma pessoa materialista que prefere se preocupar com um bombom do que com a vida do outro. Prefiro ver as coisas como realmente aconteceram: ela ficou com vontade de comer e ponto. Talvez nunca tenha tido dinheiro p comprar um bombom importado. E eu prefiro gastar minha energia punindo quem realmente fere a lei e mata nossos filhos e rouba o país rindo da nossa cara!

Curtir · Responder ·  2 · 15 de outubro de 2015 às 01:30


 **Jakeline Martins** No caso, o que deve ser avaliado é a desproporção da medida tomada. Porque a faxineira estava errada sim, em pegar algo que não lhe pertencia. Onde fica a confiança entre contratador e contratado, no caso deixou de existir quando a mesma pegou o bombom, ou seja a contratada quebrou esse vínculo. Poderia ter sido advertida verbalmente ou até mesmo ser solicitada a troca por outra (o) funcionário devido ao ocorrido. Mas só faltou o cara chamar o FBI pra algo que no mínimo deveria ser tratado como caso para medida disciplinar. Quem dera houvesse esse mesmo esforço por parte das autoridades em casos de crime por tráfico ou corrupção.

Curtir · Responder · 14 de outubro de 2015 às 18:07


Figura 2: Comentários de leitores sobre as bases legais e morais da atitude do delegado

Fonte: Fanpage jornal Estadão de 14 e 15/10/2015

Já na segunda postagem, que foi um desdobramento da notícia inicial, observou-se que os leitores já se mostravam um pouco desgastados com o assunto em debate, utilizando expressões mais agressivas e questionando a importância da publicação. Houve muitos ataques à Polícia Federal por conta da atitude do delegado, muitos dos quais faziam referência ao cenário político, econômico do Brasil e à naturalização da corrupção no país.

 **Edilson Brasileiro Silveira** Há alguns anos atrás dois agentes da PF torturam e mataram um cidadão chinês que foi preso no Galeão com uma valise contendo 20 mil DOLARES, o dinheiro nunca apareceu.... nem ninguém mandou investigar...

Curtir · Responder · 15 de outubro de 2015 às 17:40

 **Edson Silva** Este delegado devia é investigar os milhões de Reais de NIÓBIO roubados de Roraima por estrangeiros. EUA, INGLATERRA, JAPÃO ETC.

Curtir · Responder · 15 de outubro de 2015 às 23:23

Figura 3: Comentários sobre atuação da PF

Fonte: Fanpage do jornal Estadão de 15/10/2015

Também notou-se que o contexto brasileiro levou muitos usuários a fazer questionamentos sobre a ética no jornalismo e do próprio Estadão:

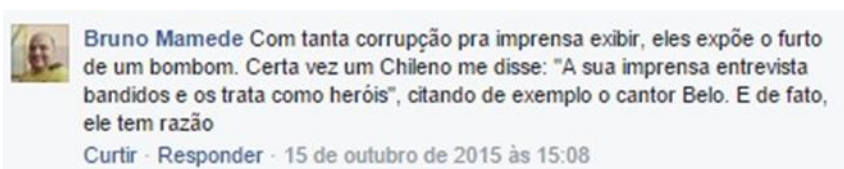


Figura 4: Questionamento da postagem

Fonte: Fanpage do Estadão de 15/10/2015

Alguns, inclusive, questionaram a superficialidade dos comentários, argumentado que a maioria se deixou levar pelo título da notícia, sem ter sequer lido o seu conteúdo. Esta constatação já vem sendo feitas por diversos pesquisadores, entre eles Harcup e O'Neill (2016). Segundo os autores, por exemplo, muitas pessoas que compartilham *links* podem não ser normalmente “leitores” dos sites de notícias em questão e podem somente ter se deparado com a notícia via um *link*.

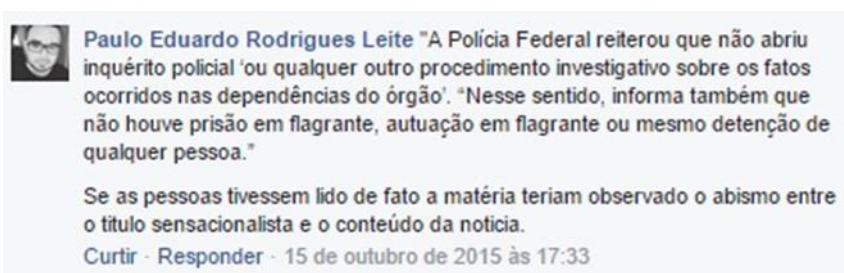


Figura 5: Usuário comenta superficialidade das interações

Fonte: Fanpage do Estadão de 15/10/2015

Em relação à postagem “Alunos são algemados por guardas...”, no monitoramento de 2016, as categorias emergentes dos comentários qualificados foram organizadas da seguinte forma:

Nível 1 – Debate político: as discussões perpassam a questão central da notícia, que é a repressão aos manifestantes, e focam em questões político-partidárias. Seria algo semelhante à categoria “Contexto”, da análise de 2015. Houve 53 comentários nesta categoria (15% do total), como no exemplo a seguir:

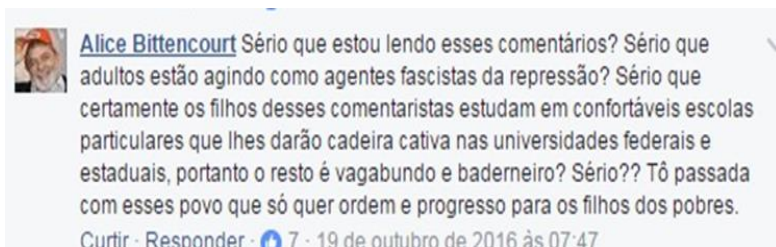


Figura 6: Comentário do dia 19/10/2016

Fonte: Fanpage do Estadão

Nível 2 – Manifestações contra ou a favor da atitude policial: comentários que focam exclusivamente no fato central da notícia. Nos casos em que este posicionamento foi acrescido de alguma manifestação sobre política, o comentário foi enquadrado na categoria anterior. Esta categoria teve o maior número de comentários, somando 249 (69% do total), e traz como exemplos:

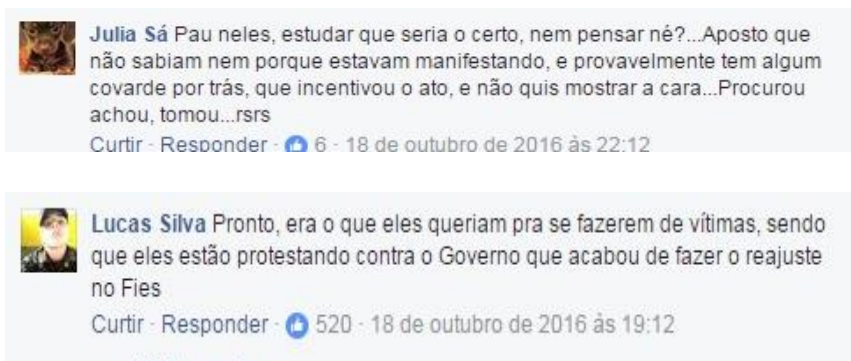


Figura 7: Comentários sobre a ação policial

Fonte: Fanpage Estadão

Nível 3 – Crítica à imprensa: debates sobre a forma como a reportagem foi angulada e escrita. Total de 60 comentários (16% do total), como demonstra o **Gráfico 8**.

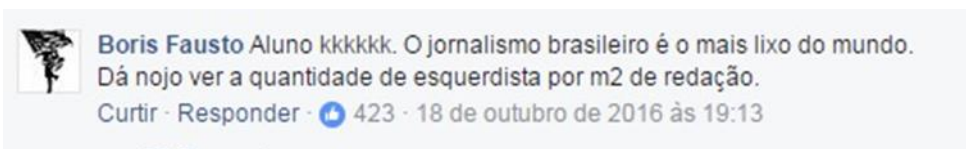
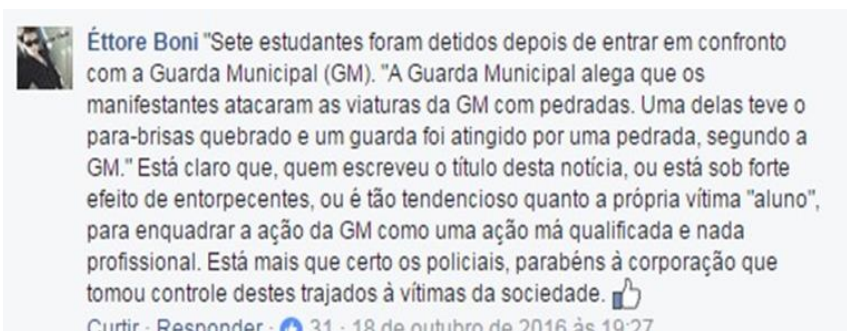


Figura 8: Comentários a criticar a imprensa

Fonte: Fanpage do Estadão de 18/10/2016

Na segunda postagem que recebeu o maior número comentários de outubro de 2016, sob o título “Jon Bom Jovi não aguentar mais cantar *hits...*”, as categorias construídas a partir das interações dos usuários, classificadas como qualificadas, foram:

Nível 1 – Humor/Sarcasmo: Comentários referentes a outros artísticos que só têm um sucesso na vida, usuários a zoar de amigos e familiares que gostam da música e de velhos hits. Esta categoria predominou com 64 comentários (45% do total).

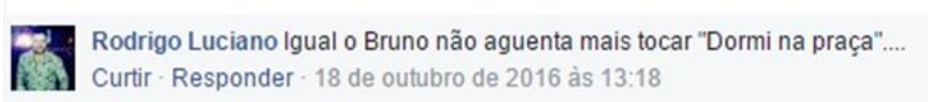
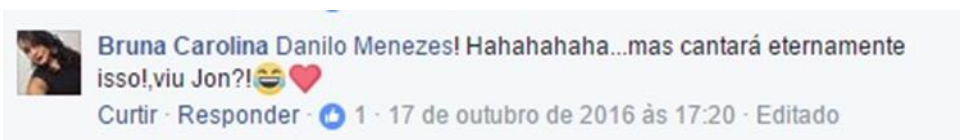


Figura 9: O humor dos usuários

Fonte: Fanpage do Estadão 17 e 18/10/2016

Nível 2 – Crítica Cultural: abordagens sobre a desigualdade econômica, usuários a se expressar sobre a esnobação do cantor, a fortuna alcançada por ele e comentários sobre

outras celebridades que gostam de reclamar. Os comentários totalizam 49 (34% do total);

Nível 3 – Solidariedade: usuários entendem e concordam com a declaração de Jon Bom Jovi. Total de 30 comentários (21% do total).

Os dados mostram, em geral, a predominância de comentários que privilegiam o julgamento, seja ele contra ou a favor, o que sugere uma necessidade do internauta em se manifestar diante do assunto que está sendo tratado. A estratégia do jornal em elaborar um título que expõe um posicionamento enfático de algum personagem envolvido na história pode justificar uma maior participação do público.

Considerações finais

Este trabalho problematiza a noção de participação dos leitores de notícias em páginas de redes sociais da chamada mídia tradicional, que se vê pressionada a inovações a partir do momento em que passa a integrar plataformas sociotécnicas. Em linhas gerais, o estudo examina que tipo de consumo de notícias é feita pelos leitores do Estadão em sua página no Facebook, contrapondo elementos de qualidade da participação ao avançar para a análise da categoria “comentários” como uma forma de participação mais elaborada.

A proliferação de comentários nas redes e o excesso do opiniático nos conduziu a elaborar uma ferramenta analítica que faça distinções entre formas de participação, qualificando comentários responsáveis e significativos e diferenciando-os daqueles que em nada contribuem para o debate público baseado em princípios democráticos. Um dos achados da pesquisa é que o grave e preocupante contexto brasileiro, cujas notícias desagradáveis não param de surpreender e chocar a sociedade, respinga em todos os comentários da rede social, fazendo com que assuntos que seriam considerados irrelevantes sob a perspectiva do interesse público do jornalismo provoquem

manifestações e ganhem repercussão desproporcional nos debates nesta esfera pública mediada e midiaticizada.

Para fins analíticos que possibilitassem o exame do material, os comentários foram analisados dentro de categorias flexíveis que emergiram naturalmente das próprias interações. Na realidade, contudo, as categorias construídas só podem ser compreendidas em seu conjunto e no contexto situacional e sociocultural particular brasileiro.

Referências

- Carro, R. (2016). Brasil. Em *Digital News Report 2016* (pp. 82-83). Oxford: University of Oxford Press.
- De Santi, A. (Junho de 2015). O lado negro do Facebook. *Revista Superinteressante*, n. 348, pp. 28-39.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. Em T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), *Media technologies: essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-194). Cambridge, MA: MIT Press.
- Gomes, W. (2014). Esfera pública política. Em A. Citelli, C. Berger, & M. A. Baccega, *Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores*. (pp. 221-229). São Paulo: Contexto.
- Gomes, W., & Maia, R. (2008). *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus.
- Habermas, J. (1997). *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Hjarvard, S. (Jan-Jun de 2012). Mídiatecização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 5(2), pp. 53-91.
- Jenkins, H. (Jan-Abr de 2016). Convergência e conexão são o que impulsionam a mídia agora. Entrevista concedida a Priscila Kalinke e Anderson Rocha. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação - Intercom*, 39(1), pp. 213-219.
- Johnson, T. S. (2015). Entre hard e soft news: explorando modelos de personalização de notícias em plataformas sociais. *Lumina*, 9, 1-18. Fonte: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/479>
- Johnson, T. S., & Pereira Jr., W. B. (2015). Remediação sem interação: um exame sobre a presença de O Globo no Facebook. *Anais do 6º Congresso Internacional de Ciberjornalismo*. Campo Grande-MS, Brasil: UFMS. Fonte: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/Artigo-6%C2%BA-Simp%C3%B3sio-Internacional-de-Ciberjornalismo1.pdf>
- Kalogeropoulos, A. (2016). Greece. Em *Reuters Institute Digital News Report 2016* (pp. 70-71). Oxford: University of Oxford Press.

- Lorenz, M. (2014). Personalização: análise aos 6 graus. Em J. Canavilhas, *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 137-145). Covilhã-PT: Livros LabCom.
- Mager, A. (2011). Algorithmic Ideology: how capitalist society shapes search engines. *Conference paper for "A Decade in Internet Time"@OII*. Oxford: Oxford. Acesso em 05 de Dezembro de 2016, disponível em <http://ssrn.com/abstract=1926244>
- Manovich, L. (1999). Database as symbolic form. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 5(2), pp. 80-99.
- Martino, L. M. (2015). *Teorias das mídias digitais*. Petrópolis-RJ: Vozes.
- Mitchell, W., & Hansen, M. B. (2010). Introduction. Em W. J. Mitchell, & M. B. Hansen, *Critical terms for media studies* (pp. vii-xxii). Chicago: The University of Chicago Press.
- Portal da Imprensa. (2015). Estudo revela que "Estadão" é o veículo mais acessado pelos brasileiros na internet. *Portal da Imprensa*. Acesso em 10 de Dezembro de 2015, disponível em <http://www.poratlimprensa.com.br/noticias/brasil/72954/estudo+revela+que+estadao+e+o+veiculo+mais+acessado+pelos+brasileiros+na+internet>
- Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina.
- Ramirez, P. A. (2016). *Mediatización social: poder, mercado y consumo simbólico*. Salamanca, ES: Comunicación Social (CS).
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2016). *Digital News Report 2016*. Oxford, UK: Reuters Institute. Fonte: <http://www.digitalnewsreport.org>
- Rost, A. (2014). Interatividade: definições, estudos e tendências. Em J. Canavilhas, *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 53-88). Covilhã, PT: Livros LabCom.
- Silva, G. (2013). Para pensar critérios de noticiabilidade. Em G. Silva, M. P. Silva, & M. L. Fernandes, *Crítérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis, Brasil: Insular.
- Silverstone, R. (1999). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola.
- Sousa, P. J. (2002). *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos.
- Stiegler, B. (2010). Memory. Em W. J. Mitchell, & M. B. Hansen, *Critical terms for media studies* (pp. 64-87). Chicago: The University of Chicago Press.
- Wolton, D. (2010). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.
- Woolley, S. C. (Abril de 2016). Automating power: social bot interference in global politics. *First Monday*, 21(4), pp. 1-13. Fonte: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6161/5300>
- Yanamata, S. (2016). Turkey. Em *Reuters Institute Digital News Report 2016* (pp. 72-73). Oxford: University of Oxford Press.

#HASHTAG: DESAFIOS METODOLÓGICOS EM BUSCA DA MEMÓRIA ATRAVÉS DAS REDES

TACIANA SENE LÚCIO

Fundação Getúlio Vargas/ Centro de Pesquisa e Documentação Contemporânea

Email: tazsene@gmail.com

Resumo

Este estudo apresenta os resultados parciais de uma pesquisa em desenvolvimento no Programa de Pós Graduação em História no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas. Reconhecendo as potencialidades da internet enquanto significativo repositório de informações ao historiador no futuro, buscamos contribuir à fase de levantamento de documentos, inerente ao ofício do historiador, e para isto, propomos um diálogo entre os termos História/Memória/Internet. Sabendo das diversas peculiaridades do ciberespaço, a comunicação em questão discorre sobre o método empregado durante o estudo da construção de memórias, na internet, referentes ao rompimento da Barragem do Fundão em Bento Rodrigues- MG, Brasil. Sob a ótica de que a história seria uma ciência por rastros e levando em conta a noção de redes e sua capacidade autocomunicativa, inerente às peculiaridades do ciberespaço, o método proposto utiliza como indexador temático ao estudo de caso as *#hashtags* #1ANodeLamaELuta e #FundaçãoRenova.

Palavras Chave: história, memória digital, *#hashtag*, rede social

Abstract

This study presents the partial results of a research in development in the Program of Post-Graduation in History in the Center of Research and Documentation of Contemporary History of Brazil of the Getúlio Vargas Foundation.

Recognizing the potential of the Internet as a significant repository of information to the historian in the future, we seek to contribute to the document collection phase, inherent to the historian's work, and for this, we propose a dialogue between the terms History / Memory / Internet. Knowing the different peculiarities of cyberspace, the communication in question discusses the method used during the study of the construction of memories, on the Internet, referring to the rupture of the Fundão Dam in Bento Rodrigues, MG, Brazil. From the perspective that history would be a science by traces and taking into account the notion of networks and its self-communicative capacity, inherent in the peculiarities of cyberspace, the proposed method uses hashtags #1AnodeLamaELuta and #FundaçãoRenova as the subject indexer.

Keywords: social network, history, digital memory, hashtag.

Introdução

Marc Bloch, lembrando um provérbio árabe dita, “[o]s homens se parecem mais com sua época do que com seus pais” (Bloch, 2001, p.60). Este provérbio nos inspira a respeitar o ímpeto de, enquanto filhos da revolução digital, encontrarmos no mundo digital a „marca“ que nos possibilitará dar continuidade a esta pesquisa.

Ao propormos um diálogo entre História, Memória e Internet, circunscrevemos nossas reflexões através de alguns aspectos específicos. Referindo-nos a História, as estratégias aqui propostas, ainda que fujam a práticas tradicionais, pretendem contribuir explorando um possível caminho a fase de levantamento documental, essencial ao historiador. A Memória se torna presente neste diálogo à partir do momento em que nos propomos a praticar o ato de lembrar. Finalmente, a Internet é o lugar por onde acionaremos essas memórias, logo, estamos falando de memória digital e sabendo que para lembrarmos algo na internet praticamos a busca, aqui assemelhamos à prática de buscar memórias digitais ao de lembrar, praticado cotidianamente por nossos cérebros.

A memória digital é produção oriunda de uma cultura específica, a cultura digital, que assim como qualquer outra cultura, desenvolveu suas formas de organizar, lembrar e de compartilhar informações. Por exemplo, esta semana estarei em uma conferência sobre história digital, mas não me recordava dos horários. Entrei em meu email e busquei a confirmação de minha participação onde pude consultar uma informação que já não mais lembrava, recorri a minha memória digital. A questão é que existem diversos formatos de memória e formas de produzi-la. A rede é uma imensa memória cujas possibilidades ainda precisam ser melhor exploradas.

Nesta comunicação, apresento resultados da busca das memórias digitais referentes ao rompimento da Barragem do Fundão, ocorrido em 5 de novembro de 2015 no subdistrito de Bento Rodrigues no município de Mariana- MG. A Barragem até então utilizada para despejo de dejetos da mineradora Samarco, de propriedade das empresas Vale e BHP Billiton, ao romper-se iniciou o alastramento de lama tóxica. Antes, habitado por cerca de seiscentas pessoas, com o desastre, o subdistrito somou a sua história dezoito mortes e um desaparecimento, além do desaparecimento do próprio subdistrito que ficou submerso em lama. Alcançando o Rio Doce que percorre cidades

do estado de Minas Gerais e Espírito Santo, em alguns dias a lama tóxica correu mais de seiscentos quilômetros, até desembocar no Oceano Atlântico após ocasionar significativo impacto ambiental, social, cultural e econômico nos caminhos por onde passou.

O expoente número de sujeitos e lugares atingidos por esse desastre em conjunto com as possibilidades trazidas pelas mídias digitais resultou em uma grande movimentação nas redes sociais, invadidas por postagens que tratam do tema, com os mais diferentes conteúdos. Nesta etapa da pesquisa nossos objetivos eram de responder a seguinte questão: quem são os atores - sejam sujeitos ou instituições – que produziram memórias digitais sobre este desastre?

Para este levantamento escolhemos duas marcas como indexadoras de nosso tema principal. Seguindo o rastro deixado pelas marcas #AnoDeLamaELuta e #FundaçãoRenova esperamos indicar o estabelecimento de redes sociais que estejam contribuindo a construção das memórias digitais sobre o já referido desastre.

O historiador em busca de um lugar para o diálogo

Nossa questão metodológica nasce da experimentação do uso da internet, mais especificamente das redes que se constituem na internet, como um espaço aberto ao ofício do historiador, um lugar de levantamento de dados. Com expressivas fragilidades, a relação entre História e Internet se aporta numa arena não consolidada, cujas tendências, *Storiografia Digitale* e *Digital History*, preocupadas em tratar dessa relação, ainda se questionam se são um método ou um campo (Lucchesi, 2014). As TIC's (Tecnologias de Informação e Comunicação) têm expandido as possibilidades de criação e transmissão de conteúdos nos mais diferentes formatos, num movimento que faz sociólogos e historiadores como Pierre Levy (2010) e Ragazzi (*apud* Lucchesi, 2014) identificarem o ciberespaço como um significativo repositório futuro de informações de natureza histórica e de memória da humanidade.

Na ausência de um campo sólido na história que ampare nossas discussões metodológicas, ao exercermos o fazer histórico utilizando fontes nascidas digitais optamos em ancorar nossos debates no campo da Cultura Digital ou Cibercultura (Lévy, 2010), sendo este o „lugar social“ (Certeau, 1982) através do qual nos orientaremos.

A cibercultura é “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de

atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 2010, p.17). O ciberespaço é a rede, que possibilita a interconexão e comunicação entre os computadores (Lévy, 2010).

Manuel Castells (2003) nos fez refletir sobre a rede ser a mensagem, alguns anos depois o sociólogo tratou das relações de poder que se estabelecem através das redes de comunicação. Em sua obra *Communication Power* (2009), o autor explora a teoria de que as instituições de poder se formam conforme seus valores e interesses e que este poder é exercido de diferentes maneiras como a coerção ou por meio de instrumentos simbólicos ao construir significados.

A grande capacidade comunicacional trazida pela internet propiciou a comunicação de massa, e esta comunicação de massa possibilitou o poder de massa de capacidade autocomunicativa. Uma comunicação decidida de maneira autônoma, autodirecionada e passível de recuperação autosselecionada (Castells, 2009).

Podemos dizer então que as publicações presentes na rede são feitas por vontade e decisão do sujeito ou organização que a publica. São direcionadas à rede escolhida pelo remetente e, por fim, são recuperáveis através dos vínculos estabelecidos em rede, intimamente ligados aos símbolos – que podem ser hiperlinks, tags e outros – instaurados a mensagem.

As implicações inerentes à adoção da ideia de autocomunicação se refletem na concepção de poder de rede, que trata não só de quem, mas também do que está incluído na rede. Se antes a decisão do que estava ou deixava de estar na rede era exclusiva dos programadores que dominavam as linguagens de abertura e fechamento dessas portas de comunicação, com a criação de novos meios de transmitir mensagens as barreiras de controle estariam com suas capacidades reduzidas. A diversidade de formas possíveis de transmissão de mensagem faz necessárias reprogramações constantes.

Sendo a comunicação aspecto evidente da cultura digital, é através das práticas comunicacionais e de sua capacidade autocomunicativa, que buscamos um caminho que nos leve às lembranças do desastre em questão.

Internet e memória: por uma comunicação que lembre

A concepção da web 2.0 - uma segunda geração de serviços e comunidades da internet- modificou a dinâmica entre os usuários. Seus aplicativos baseados na

Tecnologia de Informação, nas redes sociais e em *folksonomy* possibilitaram que usuários pouco instruídos tivessem maior interação no ciberespaço possibilitando-lhes a criação e organizar e compartilhamento de conteúdos. O crescimento de canais de comunicação estaria promovendo - além de outras mudanças - o exercício de um novo sistema de comunicação (Lévy, 2010; Castells, 2001).

Com a web 2.0, usuários ganharam a capacidade de etiquetar conteúdos sem dependerem de orientações técnicas. A *tag* (etiqueta) possibilitou a organização, indexação e recuperação das produções inseridas ou criadas na internet. Thomas Vander Wal (2007), ao estudar os „tageamentos“, criou o termo *folksonomy* ao notar que as palavras utilizadas nas etiquetas/*tags* são elaboradas à partir do linguajar natural dos grupos que as utilizam.

No campo da comunicação encontramos alguns exemplos que evidenciam o uso das *tags*. Algumas pesquisas recentes apontam a *#hashtag*, - uma etiqueta tal qual a „*tag*“, que tem como diferencial, o uso do símbolo da cerquilha (#) antecedendo a palavra chave - como formadora de comunidades (Caleffi: 2016; Meseguer: 2016). Segundo Caleffi (2016), da Universidade de Verona, as *#hashtags* funcionariam como um indicador temático; já Meseguer (2016) atribui a melhora das buscas, dentre outros aspectos, ao uso das *#hashtags*.

No Brasil, através de um breve levantamento, percebemos que as pesquisas que empregam as *#hashtags* como categoria analítica, têm se concentrado no campo da comunicação (Salazar, 2014; Barros, Lupinacci, Primo e Valliati, 2015; Henn, Pilz e Machado, 2016; Vieira e Rezende, 2016). Assumindo que cada uma dessas pesquisas se fez com objetivos distintos e utilizando *#hashtags* distintas (a saber, respectivamente *#lookdodia*; *#RIPorkut*; *#LoveWins* e *#vlado40anos*), o que percebemos em comum foi a escolha de sempre buscarem uma rede social estabelecida – no caso das pesquisas apontadas, respectivamente: Instagram, Twitter, página oficial das Hawainas e a página oficial do Instituto Vladimir Herzog – por onde iniciaram o levantamento de seus dados.

Tentaremos dar crédito as capacidades propostas pelos pesquisadores aqui já citados, de que as *#hashtags* seriam formadoras de comunidades e facilitadoras no processo de busca. Assentamos nossas análises ao conceito de poder de massa, cunhado por Manuel Castells (2009) e finalmente, indicamos o Google como nosso buscador.

A questão da busca é o que mais nos condiciona a estabelecer esse método, isto por

que, se a *#hashtag* é uma prática da cultura digital originada no Twitter, já sabemos que ela invadiu outras redes e vem sendo utilizada também no mundo off-line (Caleffi: 2016). Isto nos leva a crer que no futuro, ao historiador que se proponha ao estudo de qualquer tema, compreender as redes participantes na construção da memória digital de dado tema, será possivelmente uma maneira de ampliar as perspectivas sobre o que esta sendo pesquisado e até mesmo uma forma de elaborar parâmetros comparativos sobre as próprias redes e suas dinâmicas.

Utilizando as *tags* escolhidas, exploraremos as redes que compartilham memórias digitais do desastre originado do rompimento da Barragem do Fundão.

#1AnoDeLamaELuta e #FundaçãoRenova: marcas que nos fazem lembrar.

Em 27 de setembro de 2016, próximo de completar um ano do desastre, um chamado foi publicado nas redes sociais com a seguinte mensagem: “#1ANODELAMAELUTA. O crime do Rio Doce jamais vai ser esquecido! 31/10 a 02/11 Marcha de Regência a Mariana. 03/11 a 05/11 Encontro dos Atingidos em Mariana. Lutar é organizar para os direitos conquistar”. A publicação foi feita pelo MAB- Movimento dos Atingidos por Barragens, uma organização nacional, popular, de massa, reivindicatória e política, que se organiza na luta por direitos. O vídeo que passou a circular no mundo digital intitulava-se #1AnoDeLamaELuta. O uso da *#hashtag* com pretensão de organizar e lembrar o ocorrido, nos levou a escolher a #1AnoDeLamaELuta como nossa etiqueta principal, a marca através da qual buscaremos os vestígios à construção dessa rede autocomunicativa (Castells: 2009) que carrega as memórias digitais do desastre de Bento Rodrigues.

Nossas pretensões em ampliar ao máximo as possibilidades de busca sobre os produtores de memórias digitais referentes ao desastre nos levaram a acrescentar outra *hashtag*. Sabendo da existência da Fundação Renova - que tem como mantenedoras as empresas Samarco, Vale e BHP Billiton -, responsável pela recuperação dos danos materiais e sociais ocasionados pelo desastre, no dia 27 de março de 2017 entramos em contato, por e-mail, questionando sobre uma *#hashtag* que estivesse sendo usada para divulgar as ações realizadas pela Fundação. No dia 10 de maio de 2017 recebemos a resposta da Fundação que dizia reconhecer a importância de demandas como essa, mas que por ser uma instituição muito nova não tinham condições de atender solicitações de

participação em trabalhos acadêmicos. Enviaram-nos o link do site onde disseram que lá poderíamos conhecer melhor o trabalho da Fundação. No site da Fundação Renova, encontramos a #FundaçãoRenova e foi assim que escolhemos nossa segunda „marca“. Apesar de esta escolha aparentar incoerência com nossa pretensão de fugir de sites oficiais sobre o tema, o utilizamos apenas como fonte de informação para apontar uma *hashtag* que contribua em nossos levantamentos.

O que fez deste caminho algo ainda mais interessante, é que temos por um lado uma *hashtag* difundida inicialmente por uma organização popular que se dedica a reivindicar os direitos dos atingidos pelo desastre em questão enquanto a outra é uma *hashtag* institucional cuja Fundação é responsável por fazer suprir as demandas sociais legais geradas pelo desastre. Quem são os atores participantes na construção dessas memórias digitais? Quem são os atores que ampliam a rede que carrega memórias digitais sobre o desastre de Bento Rodrigues?

a) Levantamento de dados: o caminho aos vestígios de construção de memórias da #1AnoDeLamaELuta

Utilizando o buscador Google pesquisamos a #1AnoDeLamaELuta respeitando sua inscrição (letras maiúsculas e minúsculas). Devido ao número significativo de publicações, arquivamos apenas as publicações do mês de novembro de 2016. Utilizando o software Zotero, cento e noventa e três publicações (Vide Anexo 1) foram arquivadas. Para identificar os objetos armazenados foi criada uma planilha Excel com os seguintes campos: autores, *#hashtags* (outras *#hashtags* presentes na publicação), @identidades (identidades presentes na publicação), data das publicações, links indexados e descritivo (algumas publicações como vídeos do Youtube possuem descritivos; no caso do twitter as mensagens foram consideradas como descritivo).

De trezentas e trinta e nove *#hashtags* encontradas nas cento e noventa e três publicações, destacamos uma situação nas etiquetas, a inconstância da „inscrição“ (Vide Figura 1).

#1AnoDeLamaeLuta
#1anodelamaeluta
#1anodelamaEluta #1AnodeLamaeLuta
#1AnoDeLamaELuta
#1ANODELAMAELUTA #1anodelamaeLUTA

Figura 1

As grafias utilizadas nas etiquetas oscilavam em letras maiúsculas e minúsculas (Vide Fig.1). A marca por nós escolhida se apresentou como a de maior uso, sendo reproduzida oitenta e duas vezes. Em segundo lugar de reprodução encontramos a #1anodelamaeluta, reproduzida setenta e duas vezes outras trinta e quatro, oscilam em grafias diversas.

Durante o cadastramento em nossa base de dados, notamos que o Zotero não diferencia as letras minúsculas e maiúsculas, assim como algumas listagens feitas no Excel que por vezes também não percebia a distinção entre as grafias. Por isto demos continuidade a pesquisa como se não houvesse distinção provida por este fato. Ainda assim é válido lembrar que a alternância entre letras maiúsculas ou minúsculas não interferiu durante nossa busca, mas sem dúvida uma *#hashtag* que foi escrita com erro de ortografia, não foi contemplada neste levantamento, pois teve uma de suas capacidades autocomunicativas violada, a de recuperação.

a.1) Sobre outras marcas indexadas em nossa etiqueta:

A identificação de *#hashtags* vinculadas a #1AnoDeLamaELuta, se fez por dois propósitos. Primeiro, por nosso interesse em ampliar as possibilidades de busca. Vemos nessas *#hashtags* um caminho alternativo para chegarmos a nossa marca, uma vez que foram indexadas e estão contidas em uma mesma publicação. Nosso segundo motivo é que a presença de outras *#hashtags* demonstra uma ampliação da rede estabelecida, isto significa que o usuário que procurar por uma dessas outras *#hashtags* poderá também encontrar a #1AnoDeLamaELuta, logo, a indexação de outras *#hashtags* intensifica o poder de comunicação das publicações, amplia sua audiência.

Contabilizamos cento e cinquenta e uma *#hashtags* vinculadas a #1AnoDeLamaELuta. Subtraindo deste número as repetições, encontramos o total de

sessenta *#hashtags* diferentes, que contribuem na ampliação da rede pesquisada. Aqui destacamos cinco que tiveram maior reprodução, sendo elas: #Mariana; #NãoFoiAcidente; #Riodegente; #RioDoce; #SouRioDoce (vide figuras 2 e).



De cento e noventa e três publicações, constatamos cento e três referentes a perfis de indivíduos e trinta e uma de organizações nos diversos formatos; empresas privadas, coletivos, ONG's e figuras publicas (vide figura 3).

1	MAB-Movimento dos Atingidos por Barragens	17	Inovação Verde
2	Grupo do Bem Estar (Ciência Humanista e Artes)	18	Fundo Brasil- Fundo Brasil de Direitos Humanos
3	Mídia Ninja (Midiativismo)	19	Podemos em Europa
4	A conta da água (Coletivo)	20	Otros Mundos Chiapas (Organização Mexicana)
5	GreenpeaceBrasil (organização)	21	Movimento Rios Vivos
6	Climax Brasil (coletivo)	22	República Devassa (moradia estudantil)
7	Programa Quatro V (programa independente)	23	Levante Popular da Juventude (organização)
8	Rede TVT (organização)	24	Água em foco (Projeto do Comitê Rio Passo Fundo)
9	Jornalistas Livres (coletivo)	25	Deputado Edgar Pretto
10	Circuito Rios e Ruas (Percorre as bacias hidrográficas de SP)	26	RaffCorp
11	ISA- Instituto Sócio Ambiental	27	Rogério Correia PT (figura pública)
12	Os Verdes de Tapes (Rede que trabalha em colaboração com ONGS)	28	Marina Silva (figura pública)
13	Jornalismo Ambiental	29	Plurale (Portal de Notícias)
14	IndustriALL Global Union	30	Dep. Dr. Jean Freire (figura pública)
15	ASABrasil	31	Joka Madruga (repórter fotográfico)
16	Animais para Adoção		

Figura 3- Tabela identificando as 31 organizações que reproduziram a #1AnoDeLamaELuta.

b) Levantando dados: o caminho aos vestígios de construção de memórias da #FundaçãoRenova

Utilizando o buscador Google, pesquisamos publicações do mês de novembro através da #FundaçãoRenova. Tentamos nos centrar no mês de novembro, porém haviam apenas três publicações, assim, decidimos observar também o mês de dezembro de 2016, e adicionamos à nossa lista mais quatro publicações (Vide Anexo 1), totalizando sete publicações.

b.1) Sobre outras marcas indexadas em nossa etiqueta:

A identificação de *#hashtags* vinculadas a #FundaçãoRenova, veio de nossas intenções de propormos caminhos alternativos de recuperação da informação e também por crermos que a presença de outras *#hashtags* demonstra uma ampliação da rede estabelecida. Esse levantamento indica o poder de comunicação da „marca“ na medida em que quanto mais *#hashtags* são indexadas a esta, maior sua audiência o que reflete no seu poder de rede.

Contabilizamos trinta e duas *#hashtags* vinculadas a #FundaçãoRenova. Excluindo as repetições temos doze *#hashtags* diferentes que contribuem na ampliação da rede pesquisada. Dessas doze destacamos cinco que tiveram maior reprodução, sendo elas: #Samarco, #Axah, #AxahNotícias, #Indenização, #Liminar.

Das sete publicações, constatamos cinco referentes a perfis de indivíduos - sendo quatro do mesmo sujeito enquanto duas são de instituições. São elas, um canal de notícias e a própria Fundação Renova. Aqui, damos destaque a @Biofa, que realizou quatro das sete publicações que compartilhou dados com a #FundaçãoRenova.

Sobre as lembranças e esquecimentos das redes #1AnoDeLamaELuta e #FundaçãoRenova

A comparação de dados se restringe ao método aplicado e as aparentes estratégias identificadas nas duas marcas; a #1AnoDeLamaELuta que descentralizou seu uso ao não vincula-lo a uma página oficial e ampliou sua audiência ao ser publicada com outras várias *hashtags*, e a #FundaçãoRenova que centralizou as publicações para seu próprio site. Refletindo através das características inerentes a autocomunicação

sugerida por Castells (2009), notamos uma maior quantidade de emissores e de compartilhadores de mensagens que dialogam com a memória digital da #1AnoDeLamaELuta, tendo a #FundaçãoRenova uma ausência expressiva de produção e compartilhamento de memória digital em comparação com a outra categoria.

Sobre a nossa escolha de „lembrar“ através do Google. O uso das *#hashtags* se apresentou satisfatório. O fato de termos uma *#hashtag* presente com maior expressividade do que a outra não nos aponta uma falha na escolha de nossa seleção. Na verdade reforça nossas percepções quanto a audiência de cada uma dessas „marcas“. Nossas preocupações, no que tange a seleção da mensagem a ser recebida, se voltam aos futuros historiadores.

Neste estudo, utilizamos „marcas“ extraídas de nosso presente. Marcas que, a um sujeito fora de nosso tempo, não apresentam em sua inscrição obviedade que as associe diretamente ao desastre. Fica-nos a questão: como selecionar a mensagem a ser recebida, sem saber como busca-la? Muitos responderiam essa questão sugerindo que o pesquisador iria digitar palavras referentes ao desastre e creio eu que estejam certos, e também creio que irão encontrar diversas publicações. O que se apresenta como o grande diferencial na busca através das *hashtags*, e no caso específico do desastre de Bento Rodrigues, é a diversidade de sujeitos e organizações que fizeram dessas memórias digitais, possíveis de serem lembradas e as inúmeras perspectivas e motivações que os levaram a essas publicações.

Aparentemente a #1AnoDeLamaELuta ganhou certa autonomia de organização ao estabelecer-se como um indexador das memórias do desastre pois apesar de nesta comunicação não explorarmos os conteúdos das publicações, arquivamos diversos materiais dos mais diferentes formatos que pode vir a ser alvo de futuros estudos.

Referências bibliográficas

Barros, L., Lupinacci, L., Primo, A., Valliati, V. (2015). #RIPorkut: a reação dos usuários brasileiros ao fim desse site que a gente conhecia bem e considerava pakas. *10º Encontro Nacional de História da Mídia*. UFRGS- Porto Alegre. Recuperado 29 de abril de 2017 em <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/132763>

Bloch, M. (2001 [1949]). *Apologia da História ou o ofício do historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Caleffi, P.M. (2015). The „hashtag“: A new word or a new rule? *SKASE Journal of Theoretical Linguistics* [online]. vol. 12, no.2 [cit. 2014-06-25]. Recuperado em 3 de setembro de 2016 de http://www.skase.sk/Volumes/JTL28/pdf_doc/05.pdf ISSN 1336-782X.

Cardoso, G. (2007) *A mídia na sociedade em Rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Castells, M. (2001). *A sociedade em rede*. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura São Paulo: vol.I. Paz e Terra.

_____. (2003) *A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

_____. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1 Ed.

Certeau, M. (1982). *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

Dantas, C. G. (2015). *Criptografias Da Memória: um estudo teórico-prático sobre arquivamento da web no Brasil*. 2015. 228f. Tese (Doutorado em Memória Social) CCH- Centro de Ciências Humanas e Sociais. UNIRIO.

_____. (2008). *O passado em bits- memórias e histórias na internet*. 2008. 136f. Dissertação (Mestrado em Memória Social)- UFRJ.

Gagnebin, J. M. (1998 nov) Verdade e mentira do passado. *Projeto História*. São Paulo (17).

Henn, R., Pilz, J.; Machado, F. V. K. (2016). Celebração do casamento igualitário e homofobia nas redes digitais: #LoveWins na disputa de sentidos oriundos da apropriação da Havaianas. *Intercom XXXIX- Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo. Recuperado 29 de abril de 2017 em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0599-1.pdf>

Le Goff, J. (1990). *História e memória*. Tradução Bernardo Leitão ... [et al.] - Campinas, SP: Editora da Unicamp, (Coleção Repertórios).

Le Goff, J; Nora, P. (1979) . *História: novos problemas*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes.

Lévy, P. (1995). *As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. [trad.] Carlos Irineu da Costa. Editora 34. Rio de Janeiro.

_____. (2010) *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.

Lucchesi, A. (2014). *Digital history e storiografia digitale: Estudo comparado sobre a escrita da História do Tempo Presente (2001-2011)*. 2014 (b). 188 f. Dissertação (Mestrado em História Comparada) Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Meseguer, J. A. P. (2011). *La realidad de la #hashtag*. 2011. Recuperado 3 de outubro de 2016 em <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/715.pdf> .

MAB- Comunicações (2016set). #1AnoDeLamaELuta. Recuperado em 03 de maio de 2017 de <https://www.youtube.com/watch?v=x8lAs7sRrGs>

Nora, P. (1993dez). Entre Memória e História: a problemática dos lugares. *Projeto Histórico*. São Paulo. PUC, n 10, pp. 07-28.

Pollak, M. (1989). Memória, Esquecimento, Silêncio. *Estudos Históricos*, vol. 2, n. 3, 1989.

Rappoport, A. & Tsu, O. (2012). *What's in a Hashtag?* Content based Prediction of the Spread of Ideas in Microblogging Communities. Disponível. Harvard. Recuperado 10 de novembro de 2016 em <http://people.seas.harvard.edu/~orents/papers/wsdm12.pdf>

Val, T. W. (2007) Folksonomy. Recuperado 31 de março de 2017 em <http://www.vanderwal.net/folksonomy.html>

Salazar, M de M. (2014). Consumir, Registrar, Compartilhar: a hashtag #lookdodia na sociedade do consumo. *VIII Simpósio Internacional da ABCiber*. SP, 2014. Recuperado em 29 de abril de 2017 em

http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/manuela_de_mattos_salazar_174.pdf

Vieira, M., Rezende, R. (2016). Memórias de Vladimir Herzog na hashtag #vlado40anos. UFF.

IV encontro Regional Sudeste de História da Mídia. Alcar. Recuperado 29 de abril de 2017 em

<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sudeste/4o-encontro-2016/historia-da-midia-digital/memorias-de-vladimir-herzog-na-hashtag-vlado40anos/view>

ANEXO 1

Relação das publicações analisadas		
#1AnoDeLamaELuta		
1-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=zS3-u9oy3XM	Recuperado em 12 de março, 2017 de
2-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=nCaCE9oyW78	Recuperado em 12 de março, 2017 de
3-	LUCAS Morais (5nov2016). #1AnoDeLamaELuta. (créditos: Julia Lage e Lugares Invisíveis) https://www.youtube.com/watch?v=s56Sggz-oKc	Recuperado em 12 de março, 2017 de
4-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=jP1uiSwd_yw	Recuperado em 12 de março, 2017 de
5-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=GG14Mpgv_b0	Recuperado em 12 de março, 2017 de
6-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=5almY7PYgaE	Recuperado em 12 de março, 2017 de
7-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=-mOMR-xnyFQ	Recuperado em 12 de março, 2017 de
8-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=H-Y-pgoUpqI	Recuperado em 12 de março, 2017 de

9-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=nCaCE9oyW78	Recuperado em 12 de março, 2017 de
10-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=fGo19MID6sc	Recuperado em 12 de março, 2017 de
11-	CLIMAX BRASIL (9nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=4HuFYnHC2Nw	Recuperado em 12 de março, 2017 de
12-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=hfDGBEg20w8	Recuperado em 12 de março, 2017 de
13-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=0Wxt0T6BFEE	Recuperado em 12 de março, 2017 de
14-	MAB comunicação- Apoio ao MST (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=-fA9hh5In3w	Recuperado em 12 de março, 2017 de
15-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=RkgTMTy6eYA	Recuperado em 12 de março, 2017 de
16-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=2vs0DDDeVSvQ	Recuperado em 12 de março, 2017 de
17-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=n-8zLnEYVjY	Recuperado em 12 de março, 2017 de
18-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=8UpWacodcVs	Recuperado em 12 de março, 2017 de
19-	MAB comunicação- Banda Falamansa (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=GpH-tGPKKE	Recuperado em 12 de março, 2017 de
20-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=8K5sl3d8Syo	Recuperado em 12 de março, 2017 de
21-	MAB comunicação (11nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://www.youtube.com/watch?v=pz73dYxv0DU	Recuperado em 12 de março, 2017 de
22-	@LuciaOrtiz (21nov2016). #1AnoDeLamaELuta. https://twitter.com/lucia_natbrasil/status/800761347516440576	Recuperado em 12 de março, 2017 de
23-	@Grupodobemestar (16nov2016). https://twitter.com/Grupodobemestar/status/798996682696511489	Recuperado em 12 de março, 2017 de
24-	@Quatro_V (11nov2016). https://twitter.com/Quatro_V/status/797162728318238720	Recuperado em 12 de março, 2017 de
25-	@redeTVT (30nov2016). https://twitter.com/redeTVT/status/803982842351026176	Recuperado em 12 de março, 2017 de
26-	@ermitona. (28nov2016). https://twitter.com/ermitona/status/803218831569289216	Recuperado em 12 de março, 2017 de
27-	@SerBrasileira. (24nov2016). https://twitter.com/SerBrasileira/status/801900273220419590	Recuperado em 12 de março, 2017 de
28-	@Gabrieladamasco (24nov2016). https://twitter.com/Gabrieladamasco/status/801865660842340352	Recuperado em 12 de março, 2017 de
29-	@ermitona (18nov2016). https://twitter.com/ermitona/status/799599254956281856	Recuperado em 12 de março, 2017 de
30-	@acontagua (14nov2016). https://www.facebook.com/acontadagua/posts/1151547724929269	Recuperado em 12 de março, 2017 de
31-	@ivanruela (13nov2016). https://twitter.com/ivanruela/status/797921020480929792	Recuperado em 12 de março, 2017 de
32-	@ISAbella_P_PARF. (12nov2016). https://twitter.com/ISAbella_P_PARF/status/797451374816587776	Recuperado em 12 de março, 2017 de
33-	@VascoLagares (11nov2016). https://twitter.com/VascoLagares/status/797206945434337280	Recuperado em 12 de março, 2017 de
34-	@MDraco (10nov2016). https://twitter.com/MDraco/status/797064195921637376	Recuperado em 12 de março, 2017 de
35-	@ermitona (10nov2016). https://twitter.com/ermitona/status/796789180185673728	Recuperado em 12 de março, 2017 de
36-	@xabierbenito (10nov2016). https://twitter.com/xabierbenito/status/796786912761643008	Recuperado em 12 de março, 2017 de

37-	@aconadagua	(10nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/aconadagua/status/796701226801000448						
38-	@Leosurfboard	(10nov2016)	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/Leosurfboard/status/796669144758448132						
39-	@RogerioCorreia	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/RogerioCorreia/status/796452868056301569						
40-	@NiltonTatto	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/NiltoTatto/status/796415065046056960						
41-	@ivanruela	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/ivanruela/status/796408397037969408						
42-	@j_livres.	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/j_livres/status/796372093680185345						
43-	@j_livres.	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/j_livres/status/796370768284291073						
44-	@circuitorios	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/circuitorios/status/796337302998056960						
45-	@socioambiental	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/socioambiental/status/796332324266930176						
46-	@climaxbra	(9nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/climaxbra/status/796307140516446208						
47-	@lcportinho	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/lcportinho/status/796227989788852224						
48-	@Grupodobemestar	(08nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/Grupodobemestar/status/796145933117493248						
49-	@OsVerdesdeTapes	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/OsVerdesdeTapes/status/796132014978199554						
50-	@jornalismoamb	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/jornalismoamb/status/796131245491191812						
51-	@ivanruela	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/ivanruela/status/796127123710836736						
52-	@B_homegroow	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/B_homegroow/status/796118955169579008						
53-	@aconadagua	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/aconadagua/status/796028220051255296						
54-	@IndustriALL_GU	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/IndustriALL_GU/status/795962839466995712						
55-	@cassiavel	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/cassiavel/status/795959177743110144						
56-	@pretagilsa	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/pretagilsa/status/795954680870404096						
57-	@aconadagua	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/aconadagua/status/795953079325753345						
58-	@Lucas_deAlencar	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/Lucas_deAlencar/status/795948379515813889						
59-	@Lucas_deAlencar	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/Lucas_deAlencar/status/795945171586269185						
60-	@raissagal	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/raissagal/status/795928244776239104						
61-	@industriALL_GU	(8nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/IndustriALL_GU/status/795908019892711424						
62-	@rogeriomatuck	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/rogeriomatuck/status/795826832864120834						
63-	@heldeni3rios	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/heldeni3rios/status/795803545043931136						
64-	@Grupodobemestar	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
			https://twitter.com/Grupodobemestar/status/795752116765790208						

65-	@occidentia	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/occidentia/status/795751263807926272								
66-	@SaymonDias	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/SaymonDias/status/795709903771934721								
67-	@GreenpeaceBR	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/GreenpeaceBR/status/795675994984157184								
68-	@gabrielruiz	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/gabrielruiz/status/795659408806133760								
69-	@asa_brasil	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/asa_brasil/status/795642598430035968								
70-	@MídiaNINJA	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/795628150604656642								
71-	@poli_quaresma	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/poli_quaresma/status/795623524698308608								
72-	@socioambiental	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/socioambiental/status/795617975248285696								
73-	@etetuba	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/etetuba/status/79560343653326594								
74-	@komezDE	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/komezDE/status/795599465394667520								
75-	@FabioBaeta_	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FabioBaeta_/status/795585003572920320								
76-	@AdoteumBicho	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/AdoteumBicho/status/795439856298168320								
77-	@bticticpow	(7nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/bticticpow/status/795400100923244544								
78-	@inovacao_verde	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/inovacao_verde/status/795390715681456128								
79-	@MAB_Brasil	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MAB_Brasil/status/795387521387659264								
80-	@FabioBaeta_	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FabioBaeta_/status/795359054281502721								
81-	@celiafranco	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/celiafranco/status/795342791773720582								
82-	@celiafranco	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/celiafranco/status/795342375744929792								
83-	@FailJon	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FailJon/status/795329865767669760								
84-	@caarlastoicov	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/carlastoicov/status/795291149229584384								
85-	@GreenpeaceBR	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/GreenpeaceBR/status/795286729158750210								
86-	@bergerjapa	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/bergerjapa/status/795262764730220544								
87-	@fundobrasil	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/fundobrasil/status/795244388859441152								
88-	@BrasilCabral57	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/BrasilCabral57/status/795233432280461312								
89-	@MarceloSoares34	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MarceloSoares34/status/795224646694170625								
90-	@Vargas_juuuu	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Vargas_juuuu/status/795220835632025601								
91-	@EuroPodemos	(6nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/EuroPodemos/status/795219226118279168								
92-	@frozenscr_87	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/frozenscr_87/status/795084234910302208								

93-	@sohprasaber	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/sohprasaber/status/795082378733568001								
94-	@BrasilCabral57	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/BrasilCabral57/status/795081678200983552								
95-	@BrasilCabral57	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/BrasilCabral57/status/795081308594700288								
96-	@OtrosMundosChia	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/OtrosMundosChia/status/795077867012882433								
97-	@Amadeirawo	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Amadeirawo/status/795077185606418432								
98-	@FabioBaeta_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FabioBaeta_/status/795072648120324096								
99-	@FabioBaeta_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FabioBaeta_/status/795071423932956672								
100-	@eumarciaces	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/eumarciaces/status/795071249483501568								
101-	@bibiti_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/bibiti_/status/795056494245019652								
102-	@lalamol	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/lalamol/status/795053031935057920								
103-	@AnonHnala	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/AnonHnala/status/795052488013529088								
104-	@carolinacaycedo	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/carolinacaycedo/status/795050338466299905								
105-	@DaNiFss2	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/DaNiFss2/status/795048119050313728								
106-	@DaniFss2	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/DaNiFss2/status/795047837423796224								
107-	@DaniFss2	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/DaNiFss2/status/795047671182589952								
108-	@ISuenia	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/ISuenia/status/795038651444887552								
109-	@recantuarua	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/recantuarua/status/795037992838660108								
110-	@An_Sannazzaro	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/An_Sannazzaro/status/795037375705518080								
111-	@rowlobo	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/rowlobo/status/795036961299898370								
112-	@An_Sannazzaro	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/An_Sannazzaro/status/795036854852657152								
113-	@An_Sannazzaro	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/An_Sannazzaro/status/795036680814297088								
114-	@KedyC4	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/kedyC4/status/795034168715603972								
115-	@nathaliarom_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/nathaliarom_/status/795033468166164480								
116-	@helenapalm	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/helenapalm/status/795022441752002561								
117-	@socioambiental	(5nov2016).	Recuperado	em	12de	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/socioambiental/status/795019602208161793								
118-	@nathaliarom_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/nathaliarom_/status/795011345888448516								
119-	@patriciasouzapz	(5nov2016).	Recuperado	em	12de	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/patriciasouzapz/status/795008201741795328								
120-	@marchamulheres	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/marchamulheres/status/795005346188316672								

121-	@nicolenandes	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/nicolenandes/status/795005076444250112								
122-	@amandaandradez	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/amandaandradez/status/795004708146544642								
	@divoram	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/divoram/status/794998626682540034								
124-	@daniellezampier	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/daniellezampier/status/794993913136349184								
125-	@JorgeLuisMR	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/JorgeLuisMR/status/794992657168797696								
126-	@patriciasouzapz	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/patriciasouzapz/status/794986322754682881								
127-	@fabrinamoreira	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/fabrinamoreira/status/794981202562318338								
	@Paulo7rios	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Paulo7rios/status/794978885641314306								
129-	@RiosVivosCol	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/RiosVivosCol/status/794977366216937476								
	@Grupodobemestar	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Grupodobemestar/status/794975794183421952								
131-	@GreenpeaceBr	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/GreenpeaceBR/status/794975678240268288								
132-	@MidiaNINJA	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/794975562871828481								
133-	@MidiaNINJA	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/794975295489146880								
	@grupodobemestar	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Grupodobemestar/status/794975044497707008								
	@grupodobemestar	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Grupodobemestar/status/794971824928989184								
136-	@JokaMadruga	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/JokaMadruga/status/794971671568465925								
137-	@luciliaborges	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/luciliaborges/status/794962284816830466								
	@itscabeyos2	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/itscabeyos2/status/794953790885609472								
	@MrNeres_	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MrNeres_/status/794949701380571140								
	@Gior_Gonçalves	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Gior_Goncalves/status/794948463616258048								
	@julgarcia	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/julgarcia/status/794940676463009792								
	@julgarcia	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/julgarcia/status/794937851972554752								
143-	@Beta22	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Beta22/status/794937478243295233								
	@danidamiao	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/danidamiao/status/794937213985366016								
145-	@levantepopular	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/levantepopular/status/794934633179869189								
146-	@Bera22	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Beta22/status/794933220542414848								
147-	@Bera22	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Beta22/status/794931841836974080								
148-	@FujiiAna_RO	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/FujiiAna_RO/status/794929597703917568								

149-	@larissalimator	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/larissalimator/status/794929110447484928							
150-	@aguaemfoco	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/aguaemfoco/status/794928566572056576							
151-	@EdegarPretto	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/EdegarPretto/status/794927714801254400							
152-	@RAFFCorpOficial	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/RAFFCorpOficial/status/794926504203452416							
153-	@RogérioCorreia_	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/RogérioCorreia_/status/794921351773569025							
154-	@julianajmarcal	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/julianajmarcal/status/794913937712173056							
155-	@Enquantorespira	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Enquantorespira/status/794912602086318082							
156-	@lu_carnevale_	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/lu_carnevale_/status/794910348923064320							
157-	@EvinhaPT13	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/EvinhaPT13/status/794909223993901056							
158-	@elisiopexoto	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/elisiopexoto/status/794907174296289282							
159-	@anna_ib15	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/anna_ib15/status/794906343501074433							
160-	@joaow_oliveira	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/joaow_oliveira/status/794905837206695936							
161-	@fernandapsol	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/fernandapsol/status/794905822996348928							
162-	@femmeliberte	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/femmeliberte/status/794905656377704449							
163-	@hugo_quinhoes	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/hugo_quinhoes/status/794896634949894144							
164-	@ingratan	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/ingratan/status/794894989780193280							
165-	@silva_marina	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/silva_marina/status/794894135895453696							
166-	@eusouatoa	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/eusouatoa/status/794893822740336641							
167-	@Lauren1Andrade	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Lauren1Andrade/status/794893769946656768							
168-	@pluraleemsite	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/pluraleemsite/status/794889469489020928							
169-	@ermitona	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/ermitona/status/794888595039514624							
170-	@LariOM	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/LariOM/status/794887886906789888							
171-	@pluraleemsite	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/pluraleemsite/status/794887306582851588							
172-	@arthisdd	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/arthisdd/status/794886981771755520							
173-	@ermitona	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/ermitona/status/794886169431605248							
174-	@zZzcarol	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/zZzcarol/status/794883883523313668							
175-	@AdriValadares	(5nov2016).	Recuperado em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/AdriValadares/status/794883019563798528							

176-	@MídiaNINJA	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/794882667909181444								
177-	@Raylson_92	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Raylson_92/status/794874796559532032								
178-	@AmantesBBB	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/AmantesBBB/status/794874069476868096								
179-	@_sahandrade	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/_sahandrade/status/794873956360712192								
180-	@lucas_castro98	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/lucas_castro98/status/794873759291375616								
181-	@camila_biazeto	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/camila_biazeto/status/794869171028901889								
182-	@_gabepereira	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/_gabepereira/status/794868724499091456								
183-	@Dr_Jean_Freire	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Dr_Jean_Freire/status/794866782410571776								
184-	@LariFlois	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/LariFlois/status/794866177327697920								
185-	@daiavarotto	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/daiavarotto/status/794865567446335488								
186-	@GreenpeaceBR	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/GreenpeaceBR/status/794856794191515649								
187-	@JokaMadruga	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/JokaMadruga/status/794856385364291585								
188-	@xscarllat	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/xscarllat/status/794852826946146304								
189-	@rodrigosuave23	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/rodrigosuave23/status/794847969426243584								
190-	@raissagal	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/raissagal/status/794842912890769409								
191-	@brunaguerrier	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/brunaguerrier/status/794841744647004162								
192-	@barba76	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/barba76/status/794836915732303872								
193-	@Thalita_tsr	(5nov2016).	Recuperado	em	12	de	março,	2017	de
	https://twitter.com/Thalita_tsr/status/794815699562668033								
#FundaçãoRenova									
1-	@guyveloso	(14nov2016)	Recuperado	em	03	de	março,	2017	
	https://twitter.com/guyveloso/status/798141950692126720								
2-	@Biofa	(22nov2016)	Recuperado	em	03	d	março,	2017	
	https://twitter.com/Biofa/status/801121819180683264								
3-	@AxahNotícias	(23nov2016)	Recuperado	em	03	de	março,	2017	
	https://twitter.com/AxahNoticias/status/801507240394031104								
4-	@Biofa	(05dez2016)	Recuperado	em	03	d	março,	2017	
	https://twitter.com/Biofa/status/805823493031989248								
5-	@Biofa	(06dez2016)	Recuperado	em	03	d	março,	2017	
	https://twitter.com/Biofa/status/806238521719746560								
6-	@Biofa	(16dez2016)	Recuperado	em	03	de	março,	2017	
	https://twitter.com/Biofa/status/809854199802511360								
7-	FUNDAÇÃO RENOVA	(08dez2016)	Recuperado	em	03	de	março,	2017	
	https://www.youtube.com/watch?v=B64qohYb_MM								

A ANÁLISE DE REDES SOCIAIS NA INVESTIGAÇÃO SOCIOLÓGICA

Joaquim Fialho
Universidade de Évora, CICS.NOVA.UÉvora
jfialho@uevora.pt

Resumo

A análise de redes sociais é uma ferramenta que possibilita o conhecimento das interações entre classes de indivíduos ou grupos, tendo por base, fundamentalmente, dados de tipo quantitativo.

Importa sublinhar também que as características singulares da análise de redes sociais pressupõem que as ferramentas estatísticas correntes possam não ser as mais adequadas. Por este facto, muitos investigadores e estudiosos da análise de redes sociais, têm desenvolvido instrumentos matemáticos específicos para aplicação na análise de redes sociais, permitindo construir indicadores capazes de explicar a estrutura duma rede a nível individual ou enquadrada no seu conjunto.

Este texto discute a aplicação da análise de redes sociais na investigação sociológica, apresentando uma diversidade de trabalhos de investigação em que foi aplicada a metodologia das redes.

Palavras-chave: investigação sociológica, análise de redes sociais, metodologia

Abstract

The social networks analysis is a tool that enables the knowledge of the interactions between classes of individuals or groups, based, fundamentally, quantitative data.

It should also be stressed that the unique characteristics of social network analysis presuppose that current statistical tools may not be the most appropriate. For this reason, many researchers and scholars of social network analysis have developed specific mathematical tools for application in the analysis social networks, allowing to construct indicators capable of explaining the structure of a network at individual or framed level as a whole.

This paper discusses the application of social network analysis in sociological research, presenting a diversity of research works in which the methodology of the networks was applied.

Keywords: sociological research, social networks analysis, methodology

Introdução

Na atualidade o debate sobre redes sociais ocupa um lugar estratégico na construção e invenção de novos instrumentos metodológicos capazes de aprender a realidade social e a construção da sociabilidade, expressando a complexidade das relações e interações presentes nos processos que estruturam as relações sociais perante as rápidas mudanças sociais, e em especial com a transformação qualitativa nas formas de relação, o estudo das redes adquire importância e interesse acrescidos, pois poderá aportar contributos para melhor compreendermos e descodificarmos a vida em sociedade no presente. Esta metamorfose no quadro de uma perspectiva teórico-metodológica das redes permite focalizar a compreensão do “mundo da vida” (Habermas, 1981), em que as práticas sociais se deslocam do sistema formal (Estado, mercado e ciência), incorporando um fenómeno complexo que poderá abarcar múltiplos aspetos da vida social.

Pensar na análise de redes sociais como uma simples metodologia estatística ou matemática é reduzir as suas potencialidades, no quadro de um conjunto de potencialidades que podem ser usufruídas pelos sociólogos. No caso da análise estrutural já podemos encontrar um corpo metodológico sólido e sofisticado que beneficia da acumulação de trabalhos realizados, sobretudo durante e após os anos 70.

A análise de redes sociais é, na minha modesta perspectiva, uma enorme ferramenta teórico-metodológica para a sociologia, que permite, de uma forma estratégica, uma compreensão muito elaborada sobre os significados das interações sociais nos mais diversos contextos. Permite ao sociólogo uma integração na sua análise de diferentes perspectivas (individuais e coletivas) sobre as relações estabelecidas não só entre os atores, como também entre os atores e os sistemas em que estão integrados.

Este artigo, faz uma síntese da aplicação da análise de redes sociais na investigação sociológica, designadamente ao nível de trabalho de dissertação de mestrado já concluídos e por mim orientados e que, indiscutivelmente, apresentam méritos e pontos de vista que podem suscitar uma discussão apaixonada entre os analistas de redes sociais.

1.A análise de redes sociais na sociologia. Alguns tópicos de enquadramento

A análise de redes sociais parte de um postulado clássico que define a dimensão coercitiva dos fenómenos sociais e que define uma aproximação sociológica depois de Durkheim. Este postulado procura as causas dos factos sociais nas características dos desenvolvimentos estruturais em que eles se inserem. A forma das redes pode ser tomada como um fator explicativo dos fenómenos sociais analisados porque, por exemplo, determina a acessibilidade de alguns recursos sociais, como o prestígio, a amizade, o poder, etc.

Esta lógica de rede assume-se como uma espécie de variável contextual de elevada complexidade em que, partindo do contexto (estrutura), se procuram explicações para os fenómenos, numa espécie de rutura com as análises sociológicas ditas tradicionais.

Para Molina (2001) a análise de redes sociais centra-se no estudo das relações estabelecidas entre um conjunto definido de elementos (pessoas, grupos ou organizações), separando-se das análises sociológicas tradicionais que se centram sobretudo nos atributos destes elementos.

Mitchell, citado por Mercklé, refere que a rede se assume como um “conjunto particular de interligações (*linkages*) entre um conjunto limitado de pessoas, com a propriedade suplementar que as características dessas inter relações consideradas como uma totalidade, podem ser utilizadas para interpretar o comportamento social das pessoas implicadas” (Mercklé, 2004: 93).

Para Degenne e Forsé (1994) a análise de redes sociais distancia-se da análise sociológica tradicional, sobretudo ao nível das aproximações funcionalistas, para uma corrupção “formal” do determinismo social. O constrangimento exercido pelas estruturas sobre os indivíduos é um constrangimento débil, o qual torna o indivíduo livre dos seus atos. Porém, importa sublinhar, na linha do que defende Mercklé (2004), que a ambição da análise de redes sociais não é somente perceber os “efeitos” das

estruturas sobre os comportamentos, mas também perceber os efeitos dos comportamentos sobre as estruturas sociais onde se desenvolvem as interações.

Como é que as estruturas estáveis se cristalizam de forma a produzir estruturas sociais estáveis? De uma forma quase consensual, os autores mais referenciados na análise de redes sociais partem de hipóteses sobre a racionalidade do comportamento relacional dos atores sociais, sem os quais parece não ser possível explicar a emergência das estruturas sociais (Langlois, 1977; Wippler, 1978; Coleman, 1988; Burt, 1992; Flap, 1997; Forsé e Langlois, 1997; Mercklé, 2004).

Na sociologia, particularmente na teoria dos grafos, procura-se analisar a dinâmica do grupo em função das relações que os seus membros estabelecem entre si. Esta análise estrutural fornece indicadores que permitem identificar algumas propriedades do grupo ou até mesmo caracterizar a influência que cada indivíduo ocupa no grupo. Porém, apesar da simplicidade desta equação, há ainda uma certa agitação teórico-concetual na construção de um objeto sociológico para uma denominada sociologia das redes sociais. Este artigo, de natureza teórica, procura encetar uma discussão de contexto sobre os pressupostos que podem contribuir para a construção de uma sociologia das redes sociais. Os pressupostos da abordagem das redes sociais, o olhar enquanto “novo” paradigma nas ciências sociais e humanas e os pressupostos para a sociologia das redes sociais são alguns contributos para o encetar reflexão teórica, num contexto em que as redes sociais assumem uma função multifacetada.

Os conceitos fundamentais numa rede social são os atores, os nós e as ligações que nos permitem, através da visualização gráfica, uma radiografia da estrutura social. Para Requena Santos trata-se de “uma via muito interessante de explicação da realidade social” (2003:3). Um ator pode ser uma pessoa, um grupo, uma empresa, ou seja, qualquer unidade social, enquanto uma ligação é a conexão entre dois atores. Ao conjunto dos atores e as suas ligações chama-se grupo e são denominados subgrupos quando os atores e respetivas ligações são parte ou subconjunto do grupo. Ao conjunto de ligações de um tipo específico entre os membros de um grupo chama-se relação.

Durante a segunda metade do século XX, o conceito de rede social tornou-se central na teoria sociológica e abriu caminho a inúmeras discussões sobre a existência de um novo paradigma nas ciências sociais. Os sinais do seu dinamismo e da sua

consolidação institucional, já descritos anteriormente, em muito contribuíram para a manutenção de uma discussão em torno desta “nova” forma de compreender e de decodificar a realidade social como se de um novo paradigma se tratasse no quadro das ciências sociais e humanas.

Mitchell (1974) questiona pela primeira vez se a análise de redes sociais constitui uma nova teoria sociológica. Trinta anos depois, na sua obra *Sociologie des réseaux sociaux*, Mercklé (2004) retoma a discussão e lança a questão: “Será a análise de redes sociais realmente um novo paradigma sociológico?”. Para este sociólogo francês, a análise das redes sociais não é uma mera técnica que procura unicamente proceder a uma descrição das estruturas sociais, uma espécie de “sociografia” do mundo social. Por outro lado, Molina (2001) sustenta que a análise de redes sociais é uma técnica que permite fazer um diagnóstico sobre uma determinada situação, numa lógica macro ou micro, sendo também uma ferramenta que possibilita ao investigador localizar estruturas dentro de redes e construir novas perguntas e respostas (Fialho, 2008). Num outro extremo da discussão, Berkowitz (1982) advoga que a análise estrutural de redes sociais é um novo paradigma e que trouxe uma revolução científica, pelo facto de ter vindo a desenvolver uma nova linguagem entre especialistas, possibilitando a comunicação entre eles de forma não ambígua.

Apesar desta dicotomia entre metodologia e paradigma, creio que catalogar a análise de redes sociais como uma simples metodologia matemática e estatística ao serviço da representação das estruturas sociais é contribuir para um certo reducionismo desta categoria sociológica e, simultaneamente, restringir as potencialidades que lhe estão inerentes. Objetivamente há um corpo metodológico consolidado; há uma consolidação teórica com epicentro nos anos 70, sobretudo por ação dos trabalhos teóricos de Mark Granovetter em torno dos laços fortes e fracos nas redes sociais, bem como os de Burt (1992), Wellman (1983 e 1988), Degenne e Forsé (1994), entre outros.

No quadro dos analistas de redes sociais ou até mesmo para os sociólogos analistas de redes sociais, o ponto de partida é complexo. Se, por um lado, Simmel é visto como o principal fundador das lógicas e fórmulas que sustentam a análise de redes sociais, enquanto processo decodificação das estruturas que emergem das interações sociais, por outro lado, há uma outra linha que coloca em Moreno e a sua sociometria,

nos anos 30, como o ponto de partida para a análise de redes sociais. Este último ponto de partida é aquele que parece mais consistente e consensual entre os analistas de redes sociais. Por um lado, ao contrário de Moreno, o trabalho de Simmel não utiliza o conceito de rede, excetuando o trabalho do seu aluno Leopold Von Wiese (1932). Por outro lado, a representação gráfica da estrutura social iniciada com Moreno, coloca-o num patamar de maior relevância na construção da teoria das redes. Contudo, este destaque não é uma refutação da lógica simmeliana no campo das redes sociais, antes pelo contrário.

Para o sociólogo Michel Forsé (2002), um dos contributos de Simmel reside num simples ponto metodológico, em que a relação entre dois elementos constitui uma forma sociológica. Na linguagem das redes, esta relação designa-se por “díade” e caracteriza-se por uma unidade relacional elementar. Porém, é meramente redutor pensar no termo de rede como uma mera ligação entre atores. Segundo Nadel (1957), se assim fosse, para nos reportarmos à ligação entre pessoas já tínhamos o termo relação. As consequências da ligação entre um par de nós (ou atores) pode afetar de forma significativa o par adjacente, muito para além da simples ausência ou existência de relação. Deste modo, a díade, tal como as tríades, constitui-se como uma escala de observação que nos permite uma compreensão das relações que vão muito para além da simples métrica. Há consequências, influência, associação e interdependência entre as relações, em detrimento da lógica aditiva da relação e em benefício de uma lógica combinatória que nos permite estudar as estratégias de coalizão, mediação e transitividade das relações.

A construção de modelos teóricos na análise de redes sociais com o objetivo do distanciamento dos modos substancialistas de conhecimento do social já vem do século XIX, com os contributos de Durkheim, Marx, Simmel, entre outros. Para Simmel (2002), por exemplo, os grandes sistemas e organizações supraindividuais eram considerados como uma consolidação das interações imediatas produzidas ao longo da vida dos indivíduos, não possuindo existência prévia em relação aos sujeitos sociais. A sociedade não se constitui como uma substância, algo concreto em si mesmo, mas como um acontecer. São os processos de “sociação” e não a sociedade em si mesma o foco privilegiado da análise (Simmel, 2002). Esta abordagem distancia-se da lógica do

substancialismo que caracteriza, e de certa forma ainda se vai perpetuando, no pensamento das ciências sociais nas múltiplas vertentes. Esta perspectiva pode ser vista em dois tipos de abordagens. Por um lado, nas abordagens individualistas como, por exemplo, a teoria da escolha racional; e, por outro, nas abordagens holistas, referenciadas em diferentes tipos de unidades pré-construídas: grupos, nações, sociedades, estruturas ou sistemas sociais. Contudo, nestas duas abordagens, o social é considerado como sendo constituído por entidades autorreguladas e autodeterminadas, tomadas como chave explicativa dos fenómenos sociais. Uma segunda vertente do substancialismo define os agentes sociais pelas suas características intrínsecas, descritas a partir de um conjunto diferenciado de atributos ou variáveis, cuja incidência, de forma isolada ou combinada, vem decifrar o comportamento das entidades analisadas (Emirbayer, 1997).

Se, por um lado, Barnes introduziu o conceito de “rede social” na análise social, é Milgram que desenvolve o primeiro esforço para demonstrar empiricamente algumas das intuições da rede. Estas intuições vão ao encontro da sociologia formalista simmeliana que não se deve centrar exclusivamente no nível microssociológico (indivíduo), nem no macrosociológico (sociedade no seu conjunto), mas nas formas sociais que resultam das interações entre os indivíduos: nível mesosociológico. Esta sociologia das formas de ação recíproca de Simmel (2002) é, para Forsé (2002), uma ciência das estruturas das relações sociais.

Na sociologia, a análise de redes sociais está configurada pela influência de várias correntes com orientação metodológicas e epistemológicas diferenciadas. Com alguma regularidade, encontramos o conceito indexado a uma metodologia, técnica estatística e/ou matemática enquanto que, no oposto, encontramos uma utilização normativa, ética e valorativa do termo. De qualquer forma, qualquer uma destas posições extremadas, alimenta uma falta de consenso que em muito poderia contribuir para uma consolidação das redes sociais como categoria nuclear no quadro da sociologia em particular e da teoria social em geral.

Pela influência do pensamento sistémico, as redes dão origem a novos valores, novas formas de pensar e, conseqüentemente, a novos comportamentos e atitudes. Face aos vários progressos na interpretação das redes sociais, a atual emergência de novos

valores e de novas formas de pensar está intimamente associada ao desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, às inovações e às novas descobertas do pensamento científico. O que distingue as redes sociais das redes espontâneas e naturais são os objetivos comuns estabelecidos entre os atores que interagem nessa rede e a intencionalidade dos relacionamentos. O conceito de rede surgiu a partir do estudo dos sistemas vivos e a forma de operar das redes sociais traduz princípios semelhantes aos que regem os sistemas vivos.

Todos os seres vivos compõem ecossistemas dinâmicos, que integram uma paisagem. Nesse ambiente, as suas vidas entrelaçam-se numa teia de relações caracterizadas por cooperação, competição, predação, simbiose ou parasitismo. Esse sistema interligado e delicadamente equilibrado fornece alimento e abrigo, bem como regulação de energia e reprodução. Cada membro da comunidade tem um papel essencial para manter essa rede em equilíbrio. Na natureza não existem hierarquias, somente redes dentro de redes; não existem partes independentes, mas uma teia inseparável de relações. A capacidade de operar sem hierarquia parece ser, assim, uma das mais importantes propriedades distintivas da rede.

O homem é um ser gregário; desde os tempos mais remotos que sente necessidade de se agrupar, de trabalhar e viver em conjunto e, portanto, de viver em relação. As redes são maneiras de apresentar, visualizar e/ou investigar relações entre esses indivíduos. Alega-se que as redes sociais são modos de representação de estruturas sociais. Esse conceito só passa a ser inteligível se admitirmos que a “estrutura” é conhecida pelas configurações recorrentes das relações entre os indivíduos. Assim, a rede é “anterior” ao grupo em termos ontológicos, portanto, o grupo é um fenômeno que ocorre na rede. Ao invés de dizer que redes são formas de representação de agrupamentos, seria adequado dizer que agrupamentos são configurações de rede. A ideia de que os atores sociais determinam o comportamento da sociedade quando se agrupam de uma determinada maneira decorre de uma incompreensão da rede, ou seja, de uma incompreensão de que o ‘ator’ é produzido pela tal estrutura social, isto é, pela rede.

2. Algumas aplicações na investigação sociológica

Os trabalhos¹ que a seguir apresento, apenas enfatizam os objetivos e a metodologia que norteou o desenvolvimento da investigação. O objetivo do artigo é enfatizar o como se faz (metodologia) e não a exaustão da análise de dados, o que, por razões evidentemente lógicas, não permite aqui discutir os resultados, cuja extensão congregaria uma imensidão de informação, incorporável para o que se pretende para um trabalho a publicar em livro de atas.

Assunção Cardoso (2012) no trabalho “*Redes Dinâmicas em contexto de formação profissional*”, procurou conhecer os posicionamentos dos atores na rede, em vários momentos do processo formativo; encontrar explicações para o posicionamento dos atores mais centrais na rede; identificar situações que alterem a dinâmica da rede e, identificar regularidades na dinâmica da rede. Para concretizar os objetivos a autora aplicou no mesmo questionário ao longo de vários momentos do processo formativos para mapear a dinâmica das várias turmas de formandos em diversos momentos. Uma última etapa da investigação culminou com a realização de entrevistas a atores-chave da rede, cujo critério de escolha dos mesmos foi o posicionamento e o elevado número de nós.

Carmem Raimundo (2013) desenvolveu a sua tese em torno da população idosa, à qual designou “*Redes sociais e população idosa*”. Procurou a autora, através do mapeamento de redes egocêntricas identificar o suporte social da população idosa de uma instituição social no Alentejo, nomeadamente as redes de apoio emocional, social e material dos idosos institucionalizados. Para o efeito foi contruído um questionário como tipos de redes anteriormente referidos. Igualmente, Ermelinda Rebola (2012) procurou também identificar, no contexto de uma organização de saúde, as redes de suporte aos doentes de um serviço de cardiologia. O trabalho intitulou-se “*Rede de apoio social ao doente pós síndrome coronária aguda. Um estudo de caso*”.

Em 2012, Maria Passinhas procurou, numa instituição de acolhimento de crianças e jovens, Descrever os vários tipos de rede social das menores, identificar os

¹ Todos estes trabalhos podem ser consultados na Biblioteca da Universidade de Évora.

posicionamentos dos atores que interferem na rede de apoio social, identificar o posicionamento dos familiares na rede de apoio social das menores e, identificar dinâmicas de interação social na rede. O trabalho teve como base um questionário aplicado às várias menores institucionalizadas, no qual as respondentes referiam com que mantinham as múltiplas interações. O título do trabalho foi: “*Institucionalização na Ótica das Redes Sociais. Uma Abordagem Sociológica da Fundação Manuel Gerardo de Sousa e Castro*”.

Todos estes trabalhos tiveram um tronco comum: a aplicação de questionários sociométricos aos respondentes e o respetivo tratamento dos dados em Ucinet. Após esta fase de tratamento dos dados e, numa lógica de validação e compreensão das interações, foram realizadas entrevistas semiestruturadas a atores chave da rede.

Considerações finais

Pensar na análise de redes sociais como uma simples metodologia estatística ou matemática é reduzir as suas potencialidades, no quadro de um conjunto de potencialidades que podem ser usufruídas pelos sociólogos.

A análise de redes sociais é indiscutivelmente uma enorme ferramenta teórico-metodológica para a sociologia, um quase paradigma nas ciências sociais, que permite, de uma forma estratégica, uma compreensão muito elaborada sobre os significados das interações sociais nos mais diversos contextos.

Permite ao sociólogo uma integração na sua análise de diferentes perspetivas (individuais e coletivas) sobre as relações estabelecidas não só entre os atores, como também entre os atores e os sistemas em que estão integrados.

Tal como nos métodos de investigação tradicionais, a delimitação dos objetos de investigação é sempre uma tarefa complexa.

Aqui há uma nota muito importante. Todos nós sabemos onde começa a rede, mas não sabemos até onde pode ir o conjunto de interações do ator. Por esta razão, há

uma necessidade meticulosa de delimitação da rede como estratégia de reduzir o grau de complexidade da delimitação.

A análise de redes sociais é uma abordagem privilegiada para compreender a existência de relações entre os indivíduos, mapear a sua conectividade, coesão e densidade, bem como a frequência das interações, entre outras métricas, funcionando como uma radiografia analítica dos grupos, organizações ou atores individuais.

Bibliografia

BARNES, John (1987), “Redes Sociais e Processo Político”, in B. Feldman-Bianco (org.), *Antropologia das Sociedades Contemporâneas*, São Paulo, Global, pp. 159-194.

BURT, Ronald (1992), *Structural holes*, Cambridge, Harvard University Press.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel (1994), *Les réseaux sociaux; une analyse structurale en sociologie*, Paris, Armand Colin.

EMIRBAYER, Mustafa (1997), “Manifesto for a relational sociology”, *American Journal of Sociology*, 103 (2), pp. 281-317.

FORSÉ, Michel; LANGLOIS, Simon (1997), “Réseaux, structures et rationalité”. Présentation, *L'Année sociologique*, Vol. 47, n° 1, pp.27-35.

FORSÉ, Michel, (2002), “Les réseaux sociaux chez Simmel: les fondements d'un modèle individualiste et structural”, in L. Deroche-Gurcel et P. Watier (eds.), *La Sociologie de Georg Simmel (1908)*, Paris, PUF, pp. 63-109.

GRANOVETTER, Mark (1973), “The strength of weak ties”, *The American Journal of Sociology*, 78 (6), pp. 1360-1380.

HABERMAS, Jürgen (1981), *Theorie des kommunikativen Handelns*, vols. 1 e 2, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

NADEL, Siegfried (1957), *The Theory of Social Structure*, London, Cohen & West Ltd.

SIMMEL, Georg (2002), *Cuestiones fundamentales de sociologia*, Barcelona, Editorial Gedisa.

WELLMAN, Barry (1983), "Network analysis: some basic concepts", in Barry Wellman (ed.), *Sociological theory*, vol. 1, pp. 155-200.

WELLMAN, Barry (1988), *Social Structures: a network approach*, New York, Cambridge University Press.

LA VISUALIZACIÓN Y REPRESENTACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA JURISPRUDENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN FRANCIA.

AUDILIO GONZALEZ AGUILAR
Aix Marseille Univ, IRSIC, Marseille, FRANCE
audilio.gonzales@gmail.com

ADILSON LUIZ PINTO
Universite Federale de Santa Catarina
adilson.pinto@ufsc.br

Resumen

Los diferentes tipos de visualizaciones se utilizan en los textos legales que reflejan aspectos metodológicos en la ley. Si toda la pantalla se supone que es un producto que pretende transmitir la información pertinente, nuestro trabajo se analiza para interpretar los tres niveles de complejidad de la información legal. Visualización de información legal tiene dos actores que son el operador humano y la máquina, que se comunican a través de la interfaz para producir representaciones de los datos y la información a diferentes niveles de complejidad: el nivel sintáctico el nivel semántico y el nivel pragmático.

Se analizó un cuerpo de jurisprudencia (4700 resoluciones jurisprudencia sobre derechos de autor, software, bases de datos y la protección de datos personales). Mediante el uso de software Gephi, hemos obtenido un resultado conciso de visualización de análisis de red de la jurisprudencia. Aparecen como un primer tipo de datos orientada a nivel sintáctico, un segundo nivel de información orientada tipo semántico, y un tercer nivel de pragmática orientada tipo de interacción.

En conclusión, nuestro trabajo demuestra que la visualización es útil no sólo para construir un modelo, sino también para establecer una relación dinámica entre la taxonomía generada por la red de la jurisprudencia y la estructura de las áreas del derecho, los derechos de autor en el caso nuestro estudio.

Palabras clave: Análisis de Redes sociales (ARS), análisis cuantitativo, jurisprudencia, Nuevas tecnologías de la información, Gephi, representación del conocimiento

Summary

The different types of visualizations are used in legal texts that reflect methodological aspects in the law. If the entire screen is supposed to be a product intended to convey relevant information, our work is analyzed to interpret the three levels of complexity of legal information. Visualization of legal information has two actors who are the human operator and the machine, who communicate through the interface to produce representations of data and information at different levels of complexity: the syntactic level the semantic level and the pragmatic level.

We analyzed a body of jurisprudence (4700 resolutions jurisprudence on copyright, software, databases and protection of personal data). Using Gephi software, we have obtained a concise result of network analysis visualization of jurisprudence. Appear as a first type of data oriented syntactic level, a second level of information oriented semantic type, and a third level of pragmatic oriented type of interaction.

In conclusion, our work demonstrates that visualization not only useful to construct a model, but also to establish a dynamic relationship between the taxonomy generated by the network of jurisprudence and the structure of the areas of law, copyright in our case study.

Keywords: Analysis of Social Networks (ARS), quantitative analysis, jurisprudence, Court of Cassation, Gephi, representation of knowledge

Introducción

La imagen y el derecho aparecen en los albores de la humanidad como una manera de dar forma al mundo, el mundo material, el social y el mundo de las ideas. La imagen en el texto legal aparece a medida que surgen de esta interacción en un contexto social para asegurar la existencia y el futuro de la comunidad. A menudo se dice que no se puede encontrar una sociedad sin ley, sin normas jurídicas. Podemos agregar también que no podemos encontrar una sociedad sin imágenes.

Jules Henri Poincaré destacó el hecho que "El científico debe ordenar; hacemos ciencia con hechos como una casa con piedras; pero una acumulación de hechos no es más una ciencia que un montón de piedras es una casa. . . " (Poincaré,1900). Y es el caso en derecho. Es donde pensamos que el Análisis de redes sociales (ARS) como metodología va a aportar una piedra esencial a la construcción del pensamiento visual del derecho.

El profesor Lettieri precisa que "en los últimos años, el encuentro entre análisis de redes (ARS) y el Derecho ha planteado nuevos desafíos tanto a nivel científico como de aplicación. Si, por un lado, está fomentando nuevos enfoques de inspiración computacional para visualizar, recuperar, manipular y analizar información legal, por otro lado, está inspirando la creación de herramientas innovadoras que permitan a los estudiosos jurídicos sin habilidades técnicas comenzar a tratar el análisis de redes y la analítica visual por sí mismos" (Lettieri, 2016)

La visualización se define como la comunicación de información a través de representaciones gráficas. Las imágenes fueron utilizadas como un mecanismo de comunicación mucho antes de que el uso del lenguaje hablado y escrito. Una sola imagen puede contener una gran cantidad de información y puede ser procesado mucho más rápido que una página de texto comparables.

De hecho, mientras que la interpretación de las imágenes se realiza simultáneamente con la percepción humana, la velocidad de análisis de texto está limitado por el proceso de lectura secuencial. Las imágenes tienen la ventaja de ser independiente de la lengua hablada, como la carta o mapa y pueden ser entendidos por un grupo de personas que no hablan el mismo idioma. (Ward, 2015)

Segun Ware (Ware, 2000; Ware, 2005), la visualización ofrece muchos beneficios entre los que podemos destacar los principales:

- Las visualizaciones gráficas tienen el poder de permitir que el hombre para manejar estructuras más complejas representadas por visualización (representaciones externas) en la memoria de trabajo visual y verbal (representaciones internas).
- También ayudan a percibir la aparición de propiedades de los datos no detectadas de otra manera que la visual.
- Las visualizaciones facilitar la identificación de problemas en los datos en su colección. Con la visualización correcta, errores de datos son rápidamente perceptibles.
- La pantalla puede recoger simultáneamente propiedades grandes y pequeños de los datos.
- La visualización facilita la formación de suposiciones acerca de los datos

El método estructural denominado análisis de redes sociales es un método para la descripción y el modelado de la estructura relacional de un conjunto de actores. primero vamos a examinar la influencia de ver el documento legal, contrariamente a la creencia popular, es un modo de representación utilizada en la ley de la Edad Media. Varios ejemplos enseguida muestran la evolución de la cultura visual en la ley.

La visualización de información legal tiene sus raíces en la Edad Media. De hecho, en los manuscritos jurídicos de los siglos XI y siguientes se encuentran muchos diagramas o imágenes que representan visualmente los datos legales. Y aunque no se conocía la teoría de grafos ni el ARS se encuentran modelos de representación que podemos considerar ancestros de esta metodología. Un ejemplo es el *arbor actionum*¹ que muestra la acción de dos partes de la ley romana después del código de Justiniano (Errera, 1995)

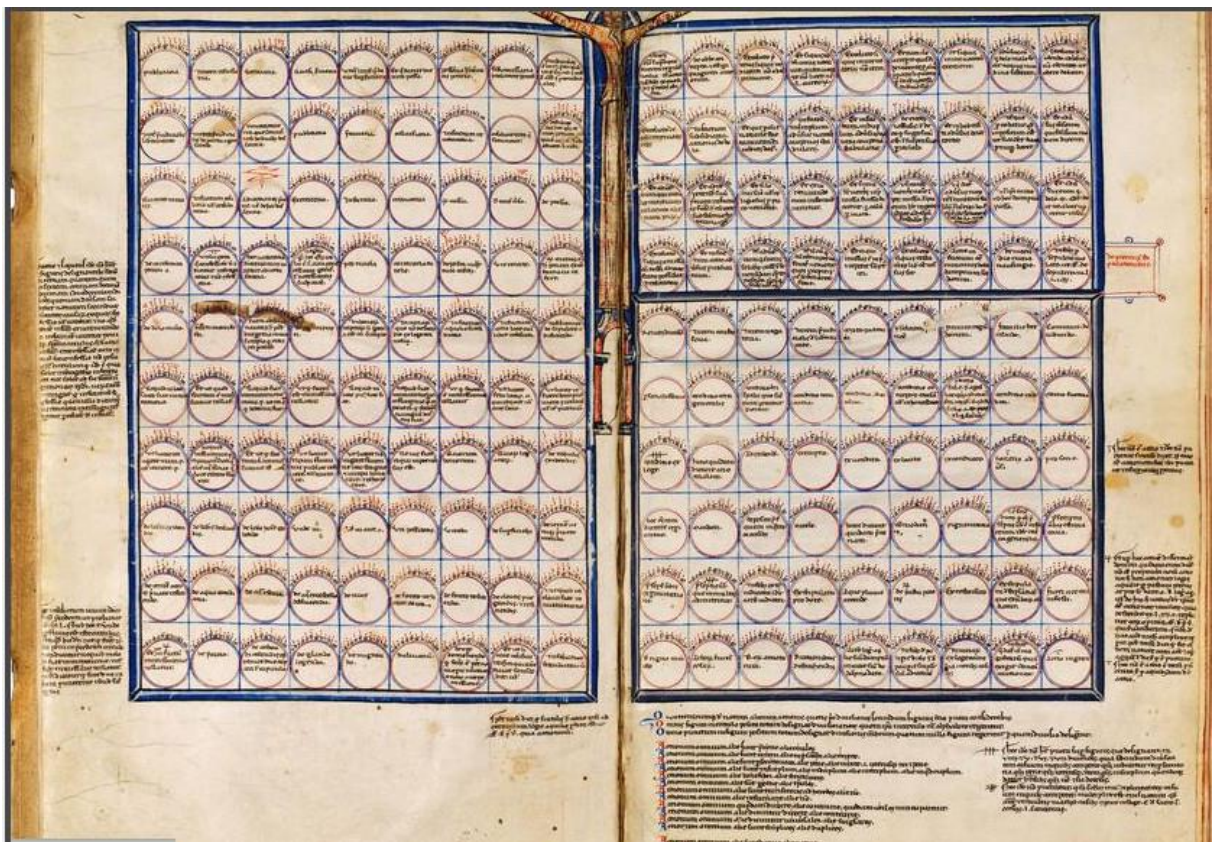


Figura 1. El Arbor actionum <http://mosaico.cirsfid.unibo.it/> manuscrito de Johannes Bassianus, Arbor actionum, ms. Jur. 23 (ff. 1v-2r), Bamberg, Staatsbibliothek

La originalidad del *arbor actionum*² no consiste en la utilización de una metodología de clasificación de nuevo y diferente del pasado: Bassiano utilizó los criterios de *distinctio*, la *subdistinctio* del Arbor porfiriana. La auténtica novedad inherente al trabajo de

¹ El Arbor actionum es una forma de clasificación del objeto de acciones judiciales del derecho romano Justiniano que fue diseñado por Giovanni Bassiano, jurista y glosador de finales del siglo XII en Bolonia.

² Existe un site que presenta los diferentes manuscritos en línea y comentarios sobre este modelo de visualización. http://mosaico.cirsfid.unibo.it/?page=manuscript-viewer&lib=5&image=/var/mosaico_images/Arbores/MS JUR_23/big/1v-2r.tif

Bassiano consiste en la simplificación de la presentación gráfica de los *arboles* clasificatorios.

La apariencia exterior del esquema clasificatorio esencial del *Arbor actionum* de Bassiano consiste en dos esquemas de diferentes tamaños, cada una ocupando una página de código, de tal manera que una de las dos tablas (el esquema más grande) está a la izquierda, en el reverso de una hoja del manuscrito, y la otra (el esquema más pequeño) está a la derecha, en la parte frontal de la hoja siguiente.



Figura 2. *Arbor actionum* : detalle de la esfera de las acciones y la clasificación con letras y puntos.

Dentro de estas dos tablas se representan ciento ochenta discos, todos del mismo tamaño y dentro de cada disco se coloca el nombre (*nomen*) de cada una de las acciones que se obtiene mediante la lectura de las fuentes de Justiniano; las acciones también se distribuyen de tal manera que los que pertenecen a la categoría de acciones pretorianas ocupan la tabla más amplia de la izquierda, mientras que las acciones civiles, menos numerosas, están contenidos en la tabla de la derecha.

Además de la indicación del nombre de cada acción, como parte de cada disco - que no está ligada a los discos que lo rodean por ningún tipo de vínculo o dependencia mutua - se reproduce las primeros doce letras del alfabeto, cada uno de ellas marcados con uno, dos, tres o cuatro puntos. Por último, al de la segunda tabla se coloca una lista de *distinctiones generales* de las acciones (*distinctio*), en el que a cada *distinctio* se le asigna una letra del alfabeto; a esta lista seguido de tres notas cortas sobre el mecanismo de funcionamiento de la *Arbor*.

La lista de las doce divisiones superiores que hacen una contribución real a la operación de *'Arbor* fueron los siguientes:

- a - *actionum omnium Alie sunt pretoriana, ciuiles alie.*
- b - *actionum sunt omnium alie en rem, en personam sunt alie, alie mixte.*
- c - *actionum omnium Alie sunt culpable de la persecución, el pene alie, Alie mixte, id est Utriusque et rei et pene.*
- d - *actionum omnium Alie sunt en simplum, sunt Alie en duplum, Alie en triplum, Alie en quadruplum.*
- y - *actionum omnium Alie fidei hueso, caso stricti Alie.*

- f - actionum omnium alie perpetua, temporales alie.
- g - actionum omnium Alie sunt transición a herederos, Alie no.
- h - actionum omnium Alie infamant, Alie no.
- i - actionum omnium Alie directa, utiles alie.
- k - actionum omnium Alie directe, Alie contrario.
- l - actionum uniuersales omnium alie, singulares alie.
- m - actionum omnium Alie dicuntur simplices, duplices alie.

I. La utilización del análisis de redes sociales en derecho

Los análisis de redes están ampliamente utilizados en varios campos de investigación: las matemáticas, la informática, la física, y las ciencias sociales y también en el del derecho y la jurisprudencia (Bommarito, 2010). Los avances en la informática, minería de textos, hace que cada vez sea más prometedor las posibilidades de la forma algorítmica para dar a conocer las estructuras de red en los textos legales y normativas y en la jurisprudencia. Es una tendencia que ha sido utilizada por investigadores hace décadas, por ejemplo, (Merkl y Schweighofer, 1997). Publicaciones recientes de conferencias científicas pertinentes, tales como JURIX (Boella, 2014), (Hoekstra, 2014) y ICAIL (ICAIL, 2015) dan fe de la importancia de las estructuras de redes en la disciplina jurídica. En varios niveles, como para analizar cualitativa y cuantitativamente las redes de citas legales (Agnoloni, 2015) para dar a conocer la complejidad de los textos legales (Bommarito, 2010), (Walt, 2014), para construir sistemas de recomendación en las bases de datos de información jurídica (Winkels, 2014). Como aplicación práctica Dichas redes podrían utilizarse para apoyar la construcción de programas de ensayos de los juristas.

La utilización del análisis de redes sociales en derecho es objeto de estudios y aplicaciones concretas en Europa como en los Estados Unidos. Trabajos teóricos (Boulet, 2010), (Bourcier 2010), (Bommarito, 2009, 2010), entre otros muestran el interés de esta metodología en el campo jurídico. Múltiples ponencias y demostraciones de trabajos originales de los aspectos del análisis de redes en el ámbito jurídico han sido objeto de congresos internacionales. Se han organizado 3 ediciones del International Workshop “Network Analysis in Law”³

Entre los aspectos objeto del análisis de redes se destacan:

1. **El análisis y visualización de redes de personas e instituciones:** la ley está hecha por personas, sobre y para las personas y las instituciones. Estas personas forman redes o instituciones, ya sean estudiosos académicos, criminales u organismos públicos y o redes tesis se pueden detectar y se analizaron mediante el análisis de su estructura interna o de la red de sus relaciones

³ Las actas del segundo congreso realizado el 10 de diciembre 2014 en Polonia están disponibles en línea en formato pdf. Ver : <http://www.leibnizcenter.org/~winkels/NAiL2014-pre-proceedings.pdf>

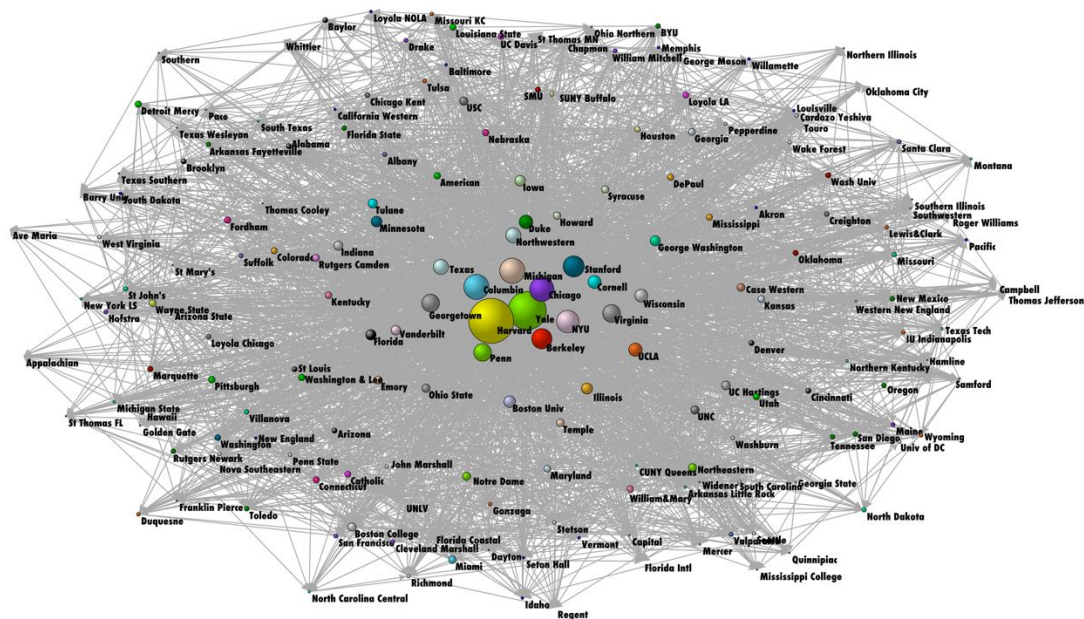


Figura 3. Núcleo académico legal estadounidense. (KATZ, 2011)

Un ejemplo es la red de Contratación y Colocación de profesores de derecho en los Estados Unidos (Katz, 2011). Aprovechando los avances en la ciencia de la red y la extracción de la información disponible sobre el más de 7.200 profesores, se realizó una carta de la red de la academia legal.

2. **El análisis y visualización de la red de la legislación:** la ley sí mismos, forman redes. Fuentes del derecho hacen referencia a otras fuentes del derecho y en conjunto constituyen el núcleo del sistema legal. De la misma manera que el anterior, podemos representar, analizar y visualizar esta red. Un ejemplo de este tipo de visualización del análisis de redes aplicados al derecho lo constituye el trabajo sobre el código civil francés de Jacques Verrier⁴.

⁴ Se puede consultar la versión interactiva en internet en el site <http://www.lexmex.fr/>

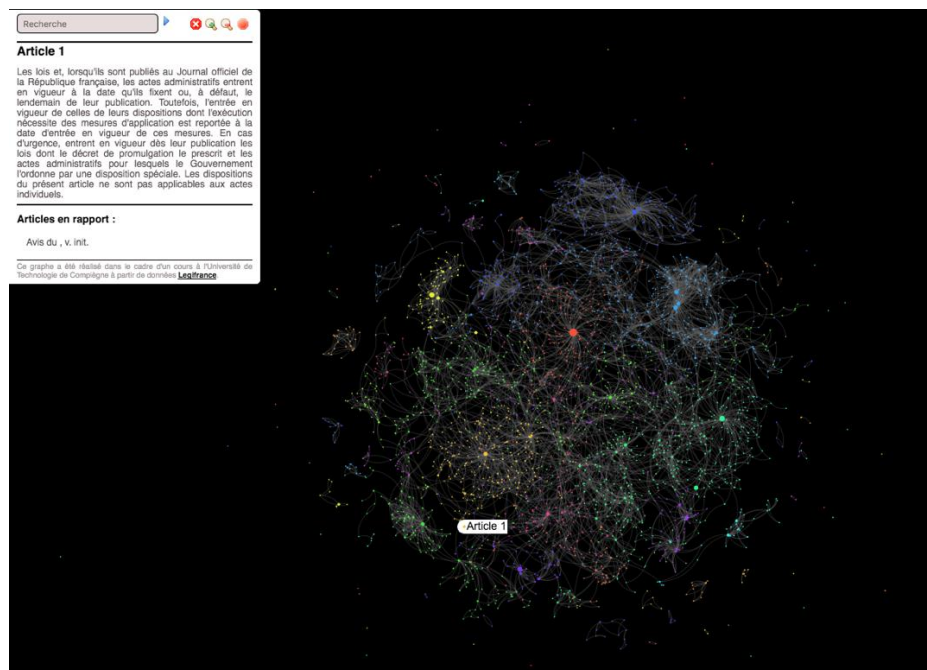


Figura 4. Gráfico de Análisis de redes del Código Civil francés. Realizado por Jacques Verrier (<http://www.lexmex.fr/>)

Este gráfico de redes es una representación del código civil francés extraído de sitio de Légifrance (<http://www.legifrance.gouv.fr>). Cada nodo es una ley (un artículo, una ley, un decreto o incluso una orden) y dos textos están conectados si uno menciona al otros, o lo modifica o ha creado un nuevo texto. El gráfico contiene todos los artículos del Código Civil y su relación con respecto a otros textos legales relacionados con ella. Un nodo es incluso más grande que tiene muchas conexiones con otros nodos del grafo. Los colores corresponden a la agrupación detectado por el algoritmo de modularidad. Las agrupaciones detectadas automáticamente corresponden aproximadamente a los párrafos del Código Civil. Por ejemplo, el bloque azul en la parte superior de la gráfica contiene los números de las secciones 17 a 30 en relación con la adquisición de la nacionalidad francesa.

Por ejemplo, la "Ley N° 2006-728, de 23 de junio de 2006. - Artículo 9 Diario Oficial de 24 de junio de 2006 El 1 de enero, 2007" sobre la reforma de sucesiones y donaciones avanzadas para todos los artículos que modifica.

3. **El análisis y visualización de la red de decisiones judiciales:** El análisis de las redes jurídicas pueden arrojar luz sobre las relaciones de personas o instituciones que crean fuentes del Derecho o que aparecen en ellas. Dos ejemplos:

a. **Los estudiosos del derecho escriben comentarios que propuso una legislación o decisiones judiciales.**

A veces se escriben tesis juntos. Estos comentarios pueden proporcionar información sobre la red de académicos; la posición de un autor en una red académica puede proporcionar información sobre la autoridad de la forma.

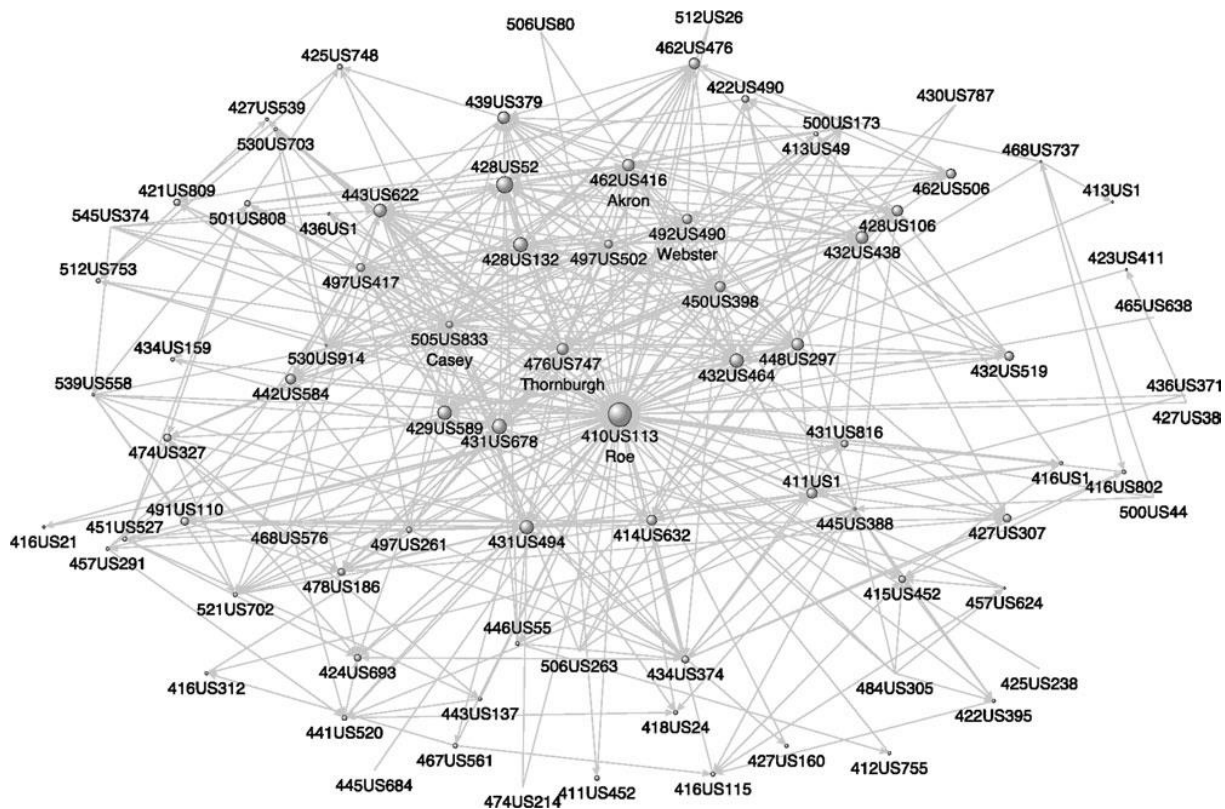


Figura 5. Red sobre las decisiones sobre el aborto. (FOWLER, J. 2007). Network Analysis and the Law: Measuring the Legal Importance of Precedents at the U.S. Supreme. Pág. 329

Un ejemplo de este tipo de investigación en derecho fue realizado por Nicola Lettieri que construyó una red completa de 26.681 opiniones mayoritarias escritas por la Corte Suprema de los Estados Unidos y los casos que las citan desde 1791 hasta 2005. Los autores muestran que el análisis de redes es una forma viable de medir la importancia de un caso jurídico en la Corte y sugieren que puede utilizarse para medir otros conceptos jurídicos (Lettieri, 2007).

b. La aplicación de la tecnología de análisis de redes para los procedimientos y las decisiones judiciales

Este tipo de análisis está demostrando ser muy útil en el análisis de su estructura y evolución en el tiempo de la jurisprudencia. Dos sistemas confirman este hecho:

- Es el caso de *EuCaseNet*⁵

EuCaseNet que es una herramienta innovadora que permite el uso experimental de las técnicas de ARS en el estudio de la jurisprudencia de la UE.

⁵ Consultar el sitio web <http://www.isislab.it:20080/snam/graph/graph.php>

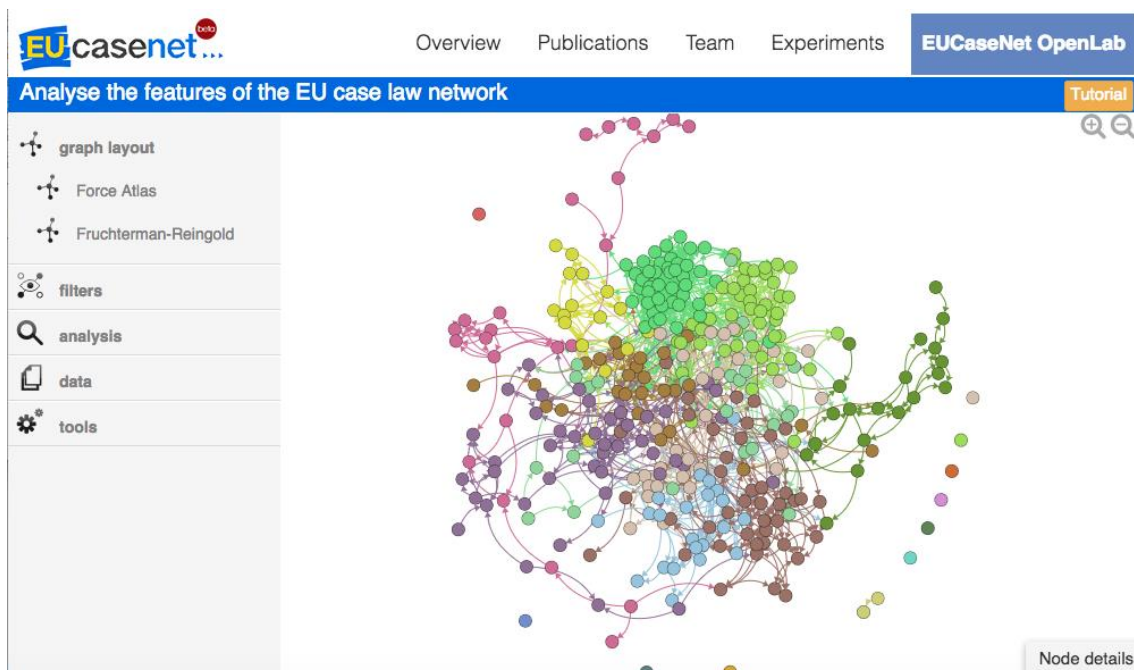


Figura 6. Eucasenet. Jurisprudencia europea. <http://www.isislab.it:20080/snam/graph/graph.php>

EuCaseNet permite a los usuarios hacer experimentos dentro de la red de jurisprudencia generada a partir de las sentencias del Tribunal de Justicia de la UE. La herramienta permite visualizar las conexiones entre todas las sentencias dictadas por la Corte desde su fundación hasta hoy aplicando medidas y / o filtros para hacer experimentos y estudiar fenómenos relevantes desde el punto de vista de la teoría jurídica. Más detalladamente, los juicios se consideran como una red y se mapean en un gráfico: los nodos corresponden a juicios y los bordes corresponden a citas entre ellos.

Mediante el ARS y las técnicas de visualización, *EuCaseNet* proporciona filtros y aplica las medidas del análisis de redes sociales. Específicamente, para definir el color y el tamaño de los nodos, los usuarios pueden aplicar varios algoritmos. Además, es posible filtrar los juicios sobre los atributos disponibles, por lo que para centrarse sólo en un subconjunto de ellos. (Koniaris, 2017)

- *Ravel Law*: visualización de la jurisprudencia. USA.

El *Ravel Law*⁶ es un sistema de búsqueda legal, análisis y plataforma de visualización. *Ravel Law* permiten a abogados de encontrar, contextualizar, interpretar la información y los datos legales que se convierte en conocimientos legales. La gama de herramientas de *Ravel* que incluyen, visualizaciones interactivas y análisis basados en datos. En el mundo cada vez más global y digital de hoy, *Ravel Law* faculta abogados para beneficiarse de este enorme flujo de información y encontrar valor en ella. El sistema busca mostrar litigantes las estrategias (analizando y mostrando visualmente en una red los precedentes y argumentos) que puedan influir los jueces en la toma de decisiones.

⁶ *Ravel Law* (<http://www.ravellaw.com>) fue creada en 2012 por la *Stanford School* de la Universidad de Derecho, Departamento de Ciencias de la Computación, con el respaldo del Codex (Centro de Stanford de Informática Jurídica). En junio de 2017 la empresa fue adquirida por LexisNexis.

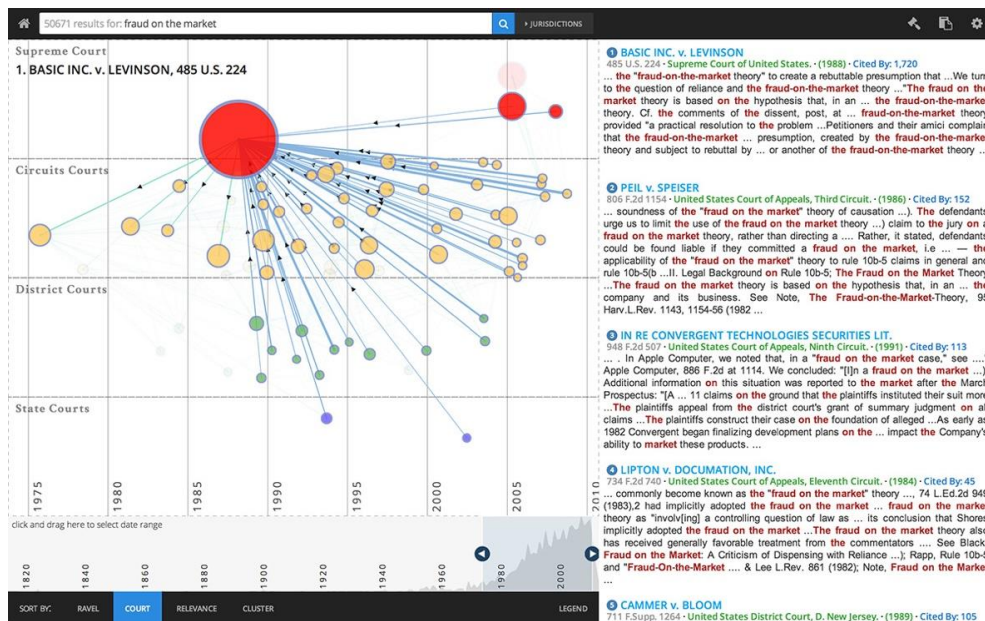


Figura 7. 4. Ravel Law: visualización de la jurisprudencia. (<http://www.ravellaw.com>)

- *Court Listener*⁷: visualización de la jurisprudencia. USA. CourtListener es un sitio web gratuito de la investigación jurídica gratuita que contiene millones de opiniones legales de los tribunales federales y estatales.

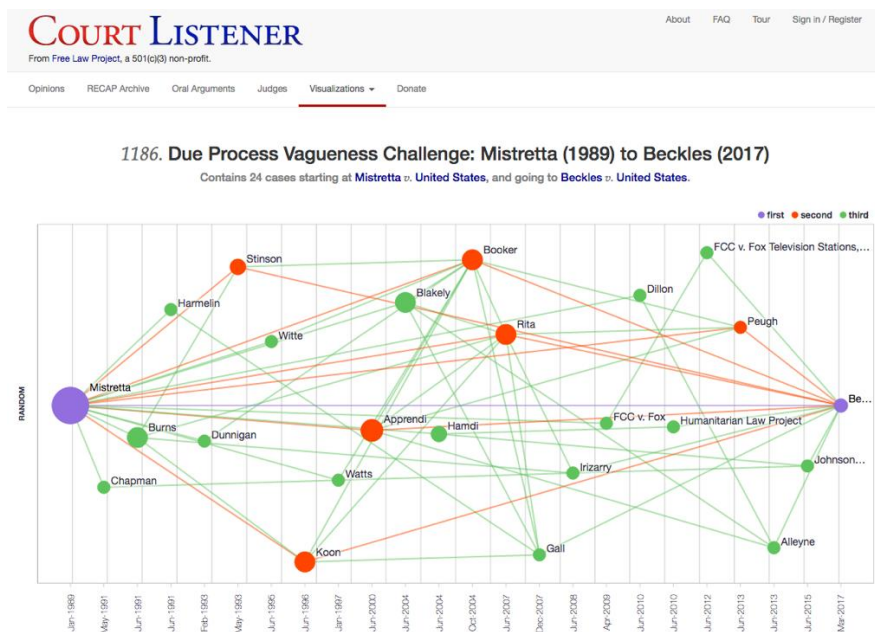


Figura 8. Visualización de la red de 'precedents' en Court Listener

⁷ Ver el sitio <https://www.courtlistener.com/> que integra 3.403.720 de precedentes.

Con *Court Listener*, los abogados, los periodistas, los investigadores académicos les permite estar al día con las nuevas opiniones medida que se presenten, o hacer un análisis profundo usando nuestros los datos del sitio. Las visualizaciones en red de las decisiones de la Corte Suprema permiten ver y analizar las líneas de precedentes en los casos del Tribunal Supremo.

II. La visualización y representación del conocimiento en la jurisprudencia de las nuevas tecnologías en Francia

El sistema interactivo de visualización de la jurisprudencia de nuevas tecnologías en Francia consiste en una representación visual interactiva de tablas de casos presentes en el sitio web <https://www.legalis.net/>. La jurisprudencia está clasificada en diferentes áreas temáticas: Bases de datos, contenidos ilegales, difamación, derechos de autor, comercio electrónico, software, marcas, responsabilidad y vida privada

The screenshot shows the LEGALIS website interface. At the top, there is a red header with the logo 'LEGALIS' and the text 'LA ACTUALIDAD DEL DERECHO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS' and '2063 DECISIONES EN LÍNEA'. Below the header is a navigation bar with links for 'NOTICIAS', 'JURISPRUDENCIA', 'TECNOLOGÍA JURÍDICA', and 'NETO DE LA EMPRESA', along with a search bar labeled 'RECHERCHI OK'. The main content area is titled 'Jurisprudencia: Derechos de autor' and shows a list of legal decisions. The sidebar on the left contains a 'boletin Legalis' section with a subscription form and a list of thematic categories: 'Base de datos', 'contenidos ilegales', 'difamación', 'Derechos de autor' (highlighted), 'Comercio electrónico', 'software', 'marcas', 'responsabilidad', and 'Vida privada'. Below the sidebar is a 'NETO DE LA EMPRESA' section with a 'CONTENIR' dropdown menu and a 'PALABRAS CLAVE' search bar.

Figura 9. Sitio internet <https://www.legalis.net/> que presenta la jurisprudencia de nuevas tecnologías en Francia (trad. de los autores)

a) Los objetivos del trabajo de visualización de la jurisprudencia sobre el derecho de autor

En este artículo presentaremos la visualización correspondiente al derecho de autor. El objetivo busca explorar cómo los enfoques y técnicas el análisis de redes se utilizan y aplican en la informática jurídica y la visualización de la jurisprudencia y cómo pueden ayudar a arrojar nueva luz sobre cuestiones jurídicas.

El sistema de visualización interactivo de la jurisprudencia es una herramienta de investigación jurídica interactiva basada en la visualización que permite a los usuarios navegar fácilmente a través de las redes semánticas de las sentencias a través de las palabras clave. Para cuantificar la complejidad del corpus legal a través de un análisis

de red, utilizaremos el 2063 la jurisprudencia presente en el sitio <https://www.legalis.net/>.

El análisis de redes ha ayudado a poner de relieve una serie de resultados que aparecen en las relaciones que se establecen entre un corte y el campo del derecho. Ofrece la oportunidad de describir las redes estructuradas alrededor de la jurisprudencia, los sujetos que dan más litigios y cómo la Corte de Casación francesa ha decidido sobre estos procesos.

La visualización es una buena herramienta en el servicio complejo para acceder a la jurisprudencia hiperestructura constitutivamente interconectadas y esto para los simples datos relacionados entre sí. (Bommarito, 2009).

b) Etapas del proceso de visualización de redes de la jurisprudencia

Tres etapas del proceso (datos, información, conocimiento) permitidos aquí para modelar la visualización de la jurisprudencia de nuevas tecnologías en Francia del año 1994 a 2017. (Mazza, 2009)

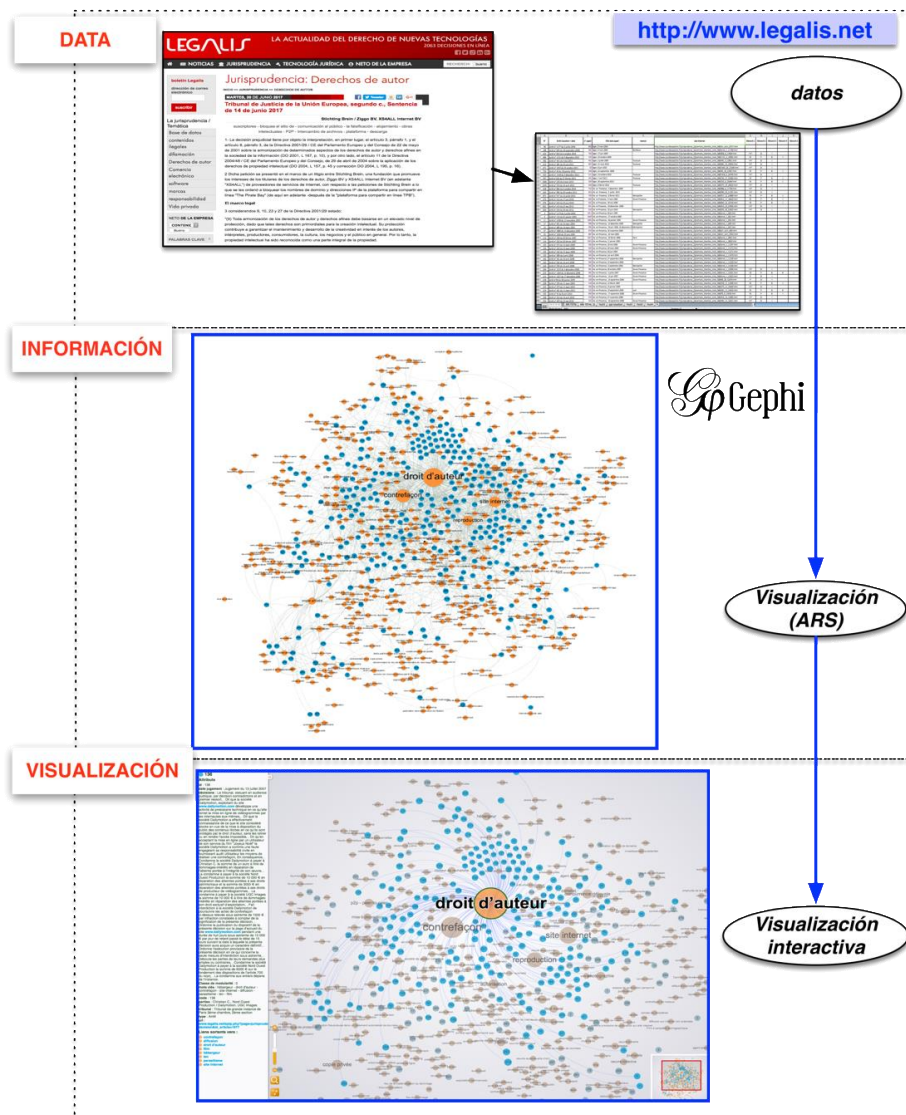


Figura 10. Proceso de representación de datos / información / visualización

c) Los datos del estudio

Hemos en este caso preciso optado por pedir autorización al editor del sitio *legalis.net* quien nos ha autorizado para recopilar, analizar y visualizar las decisiones de jurisprudencia contenidas en el sitio.

The screenshot shows the Legalis website interface. At the top, the logo 'LEGALIS' is displayed in white on a red background, with the tagline 'LA ACTUALIDAD DEL DERECHO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS' and '2063 DECISIONES EN LÍNEA'. Below the logo, there are navigation tabs for 'NOTICIAS', 'JURISPRUDENCIA', 'TECNOLOGÍA JURÍDICA', and 'NETO DE LA EMPRESA'. A search bar with the text 'RECHERCHI' and 'bueno' is visible on the right.

The main content area features a red header with the text 'Jurisprudencia: Derechos de autor'. Below this, the date 'MARTES, 20 DE JUNIO 2017' is shown, along with social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Google+. The title of the decision is 'Tribunal de Justicia de la Unión Europea, segundo c., Sentencia de 14 de junio 2017'. The case name is 'Stichting Brein / Ziggo BV, XS4ALL Internet BV'. The subject matter is listed as 'suscriptores - bloquea el sitio de - comunicación al público - la falsificación - alojamiento - obras intelectuales - P2P - Intercambio de archivos - plataforma - descarga'.

The text of the decision is as follows:
1- La decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación, en primer lugar, el artículo 3, párrafo 1, y el artículo 8, párrafo 3, de la Directiva 2001/29 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de mayo de 2001 sobre la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información (DO 2001, L 167, p. 10), y por otro lado, el artículo 11 de la Directiva 2004/48 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004 sobre la aplicación de los derechos de propiedad intelectual (DO 2004, L 157, p. 45 y corrección DO 2004, L 195, p. 16).
2 Dicha petición se presentó en el marco de un litigio entre Stichting Brein, una fundación que promueve los intereses de los titulares de los derechos de autor, Ziggo BV y XS4ALL Internet BV (en adelante "XS4ALL") de proveedores de servicios de Internet, con respecto a las peticiones de Stichting Brein a lo que se les ordenó a bloquear los nombres de dominio y direcciones IP de la plataforma para compartir en línea "The Pirate Bay" (de aquí en adelante -después de la "plataforma para compartir en línea TPB").
El marco legal
3 considerando 9, 10, 23 y 27 de la Directiva 2001/29 estado:
*(9) Toda armonización de los derechos de autor y derechos afines debe basarse en un elevado nivel de protección, dado que tales derechos son primordiales para la creación intelectual. Su protección contribuye a garantizar el mantenimiento y desarrollo de la creatividad en interés de los autores, intérpretes, productores, consumidores, la cultura, los negocios y el público en general. Por lo tanto, la propiedad intelectual ha sido reconocida como una parte integral de la propiedad.

Figura 11. Ejemplo de una jurisprudencia de derechos de autor.

<https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-de-justice-de-lunion-europeenne-2eme-ch-arret-du-14-juin-2017/>

d) Los resultados de la visualización de la jurisprudencia sobre el derecho de autor

A continuación, presentamos el grafo de la jurisprudencia de derechos de autor. Los nodos en color naranja corresponden a las palabras clave. Los nodos azules identifican las decisiones de justicia analizadas.

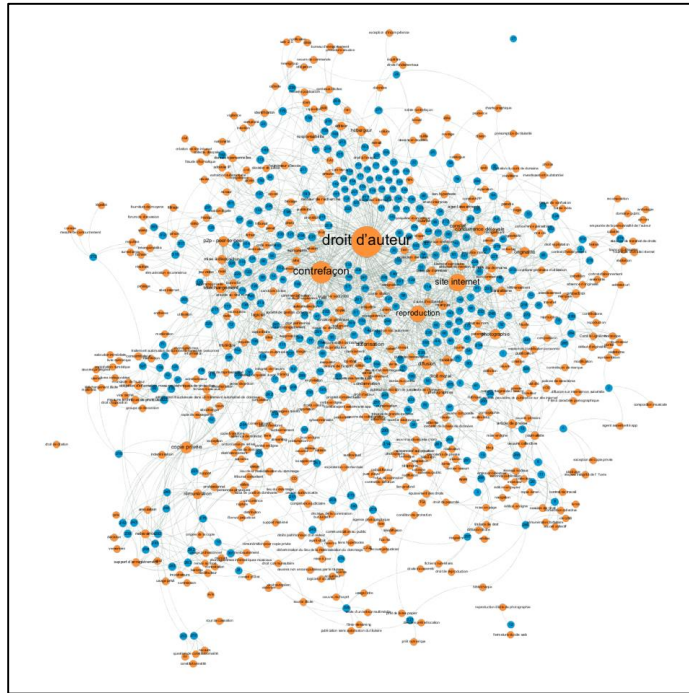


Figura 12. Análisis de la red de jurisprudencia (sentencia/palabras clave), realizado con Gephi

El sistema creado a partir del análisis y la gráfica realizada en el Software libre Gephi⁸ es exportado a un sistema de visualización interactiva que permite además de navegar en el gráfico de redes, de presentar en una ventana al lado izquierdo los atributos de la red y los elementos esenciales de la jurisprudencia. **El resultado en formato interactivo de nuestro trabajo se puede ver en el sitio <http://audiliogonzales.net/ars/>**

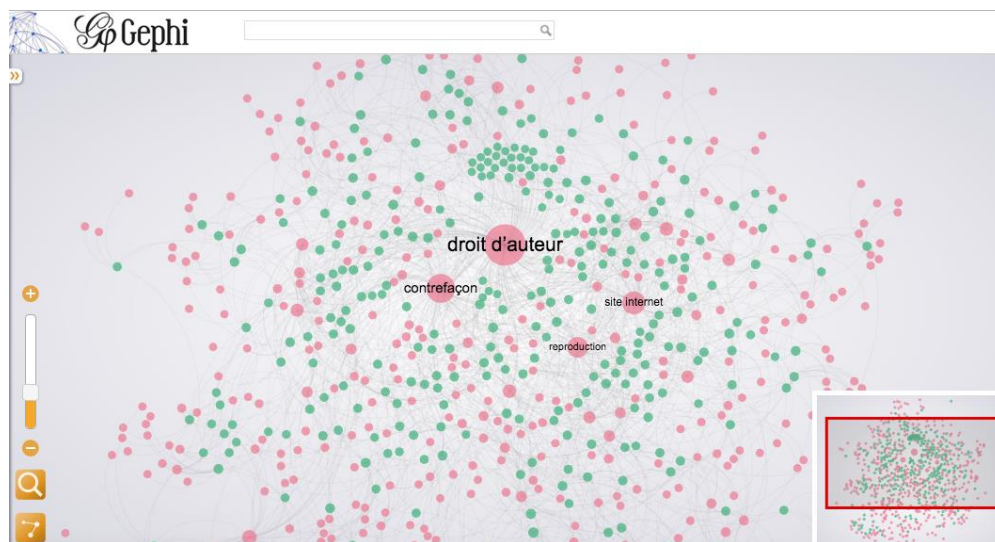


Figura 13. ARS del Derecho de Autor. <http://audiliogonzales.net/ars/index.html>

⁸ Ver el sitio <https://gephi.org/>. Gephi es el software de visualización y exploración para todo tipo de gráficos y redes. Gephi es de código abierto y gratuito.

En nuestro sistema interactivo no solo presentamos el análisis de la jurisprudencia, sino que además a través de una interface gráfica presentamos cada vez que se selecciona un nodo la información correspondiente a cada decisión de justicia: fecha, resumen de la decisión, palabras claves de la sentencia, partes, tribunal y un hipervínculo al sitio legalis.net para acceder a la información completa.

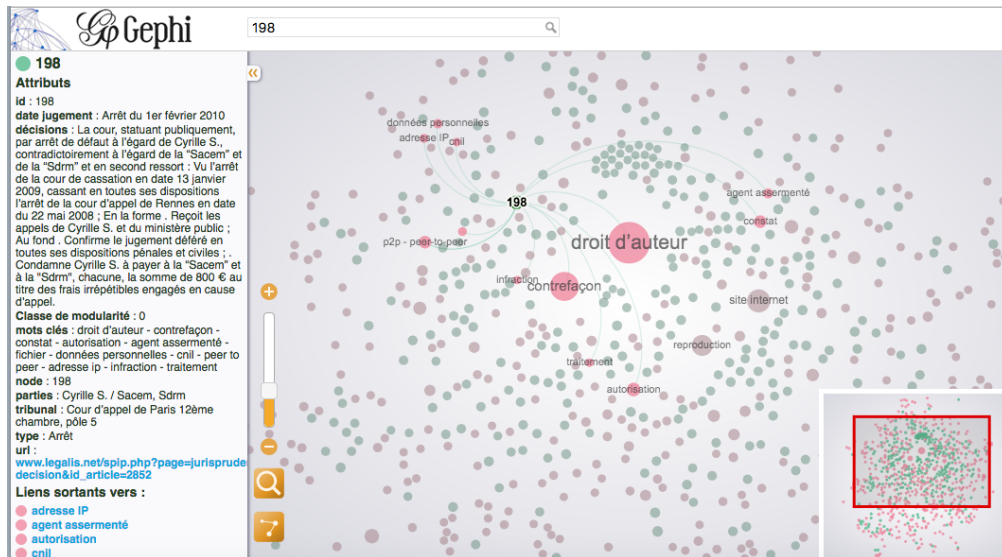


Figura 14. Atributos de la Red de jurisprudencia. <http://audiogonzales.net/ars/>

Conclusión y perspectivas de la investigación

La visualización es una herramienta clave en esta tarea, que requiere tener en cuenta todos los datos legales son procesadas para resaltar estructuras, objetos particulares y áreas de interés. La visualización debe, por supuesto estar adaptado a la tarea del jurista. El objetivo es que el usuario puede identificar a través de la exploración visual de los objetos de interés. La jurisprudencia de los datos debe ser presentado de la manera más neutra, verdadera y completa como sea posible, y el modo de visualización utilizado idealmente debe dejar un gran control de usuario para ajustar y refinar los parámetros de la pantalla para ajustar valor como los resultados proceso de visión.

El cambio de paradigma en las técnicas de procesamiento de datos que se mueve con técnicas de visualización tabla dígitos a vincular el gráfico de redes es testigo de una transformación de la manera de construir el conocimiento jurídico, en los aspectos de ingeniería documentales, así como los aspectos semánticos y semióticos de la comunicación ". (Bourcier, 2010).

Parece sencillo suponer que el análisis de redes nos puede proporcionar importantes puntos de vista tanto en los enfoques doctrinales como funcionalistas de los datos legales. Pero es necesario integrar otras ideas teóricas y empíricas para hacer que el análisis de redes en el derecho pueda ser una enfoque valido y enriquecedor de la ciencia del derecho. Algunas reflexiones que nos ha generado este trabajo:

- Visualizar las redes de jurisprudencia para entender.

La decisión implica la visualización de la presentación visual de los datos legales que describen un fenómeno conocido con el fin de tomar una decisión basada en las gráficas de decisión de la jurisprudencia. La visualización se utiliza para introducir y entender las consecuencias de una elección particular, para tomar una decisión informada.

La Visualización interactiva de la jurisprudencia busca expresar una forma clara y concisa un problema inicialmente complejo y difícil de comprender en su totalidad. La visualización debe poner de relieve los elementos relevantes para la decisión jurisprudencial para hacer, y para darles significado a revelar de manera clara y comprensible una estructura legal menudo subyacente o escondido dentro de muchas y complejas de datos.

- Visualizar las redes de jurisprudencia para comunicarse.

La visualización del conocimiento es el uso de representaciones visuales de conocimiento con el fin de crear y compartir "(Fekete, 2008). Las imágenes de la visualización científica legal no siempre atienden a los expertos legales del sistema o fenómeno físico legal representado. Cuando se trata de presentar un caso, un estudio legal podrá utilizarse, en el que la visión ahora ocupa un lugar. En su aspecto comunicativo, la alfabetización visual también proporciona "la capacidad de decodificar mensajes integrarse inteligentemente en formas visuales" y "capacidad de generar activamente nuevas formas de comunicación visual."

- Visualizar las redes de jurisprudencia para aprender.

La transformación de conocimientos jurídicos verbales debe comenzar con la integración de los conocimientos jurídicos visuales. Hay muchas definiciones de la alfabetización visual. En general, se trata de "pensamiento visual, el aprendizaje visual y la comunicación visual." Por lo tanto, la alfabetización visual debe incluir el pensamiento jurídico visual, el aprendizaje visual legal y jurídica de comunicación visual.

- El diseño de interfaces de visualización de datos jurídicos.

El diseño de interfaces de visualización de datos jurídicos debe seguir un enfoque centrado en el usuario (diseño centrado en el usuario), y tener en cuenta las necesidades y la retroalimentación de los juristas, estudiantes de derecho y otros actores tienen que trabajar en este tipo de datos legales. El desarrollo de un dispositivo digital a la práctica se hace referencia y que tiene el potencial para atraer a una amplia gama de usuarios no se pueden reducir al mínimo los problemas de la propiedad o el rechazo de algunos dispositivos digitales.

Un estudio cualitativo de las expectativas de las diferentes categorías de usuarios va a necesitarse para determinar, en primer lugar, el alcance de los tipos de usuarios a los que el sistema que se propone abordar y luego establecer una rúbrica de propiedad del sistema por los usuarios, como medida de la evolución y de TI. Porque así los algoritmos predictivos implantados logren un rendimiento aceptable, sin una interfaz de usuario amigable, se puede defraudar las expectativas de los usuarios. Un sistema que no cumple con sus usuarios perderá su valor. Este estudio sobre los usuarios combinar los dos elementos, evitando así una situación de rechazo del sistema al final del proyecto.

Agradecimientos

Queremos agradecer a la Dra. Sylvie Rozenfeld por su autorización a utilizar los datos de la base de jurisprudencia del site <https://www.legalis.net/> y a Raphaël Volt por apoyo para la y realización de la versión interactiva a partir de su programa JavaScript GEXF Viewer (Un visor de JavaScript GEX) para Gephi bajo licencia MIT.

Bibliografía

AGNOLONI, T., & PAGALLO, U. (2015). *The Power Laws of the Italian Constitutional Court, and Their Relevance for Legal Scholars in Legal Knowledge and Information Systems*. págs.1 – 10. DOI 10.3233/978-1-61499-609-5-1

BIBENT, Michel, (1976). *L'informatique appliquée à la jurisprudence*, Litec, Paris 1976.

BOEHME-NEßLER, V. (2010). *Pictorial Law : Modern Law and the Power of Pictures* (1st ed.). Springer. págs. 19-21

BOMMARITO, M. J., et al. (2009). *Law as a seamless web? comparison of various network representations of the United States Supreme Court corpus (1791-2005)*, págs. 234–235

BOELLA, G., et al. (2014). "Exploiting networks in Law". *Proceedings of the Ninth International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'14)*.

BOMMARITO, I. I. J. et al. (2009). "Properties of the United States code citation network". *arXiv preprint arXiv:0911.1751*.

BOMMARITO, I. I. J. et al. (2010). "A mathematical approach to the study of the United States Code". *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 389 (19), págs. 4195-4200. (2010).

BOULET, R. et al. (2010). "Network analysis of the French environmental code". *AI approaches to the complexity of legal systems. Complex systems, the semantic web, ontologies, argumentation, and dialogue*. Springer Berlin Heidelberg, págs.39-53. (2010).

- BOURCIER, MAZZEGA & BOULET (2010) Visualiser la complexité du droit in *Les Technologies de l'Information au Service des Droits: Opportunité, Défis, Limites*. Bruxelles, 2010; págs.1-17
- BRUNSCHWIG, Colette R. (2014). *On Visual Law: Visual Legal Communication Practices and Their Scholarly Exploration*. In: Zeichen und Zauber des Rechts: Festschrift für Friedrich Lachmayer, Erich Schweihofer et al. (eds.), Bern: Editions Weblaw, 899-933. Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2405378>
- CHANDLER, S. J. (2005) “*The network structure of supreme court jurisprudence*,” University of Houston Law Center, no. 2005-W, págs. 01, 2005.
- ERRERA, A. (1995). *Arbor actionum. Génère letterario e forma di classificazione delle azioni nella dottrina dei glossatori*. Bologne, Monduzzi, 1995, XVIII- 406 págs.
- FOWLER, J., JOHNSON, T., SPRIGGS, J., JEON, S., & WAHLBECK, P. (2007). *Network Analysis and the Law: Measuring the Legal Importance of Precedents at the U.S. Supreme Court. Political Analysis*, 15(3), 324-346. doi:10.1093/pan/mpm011
- FOWLER, J. H. AND JEON, S. (2008). *The authority of supreme court precedent*, in *Social Networks*, vol. 30, no. 1, págs. 16–30, 2008.
- GONZALEZ A. y al. (2013). "Visualization approaches for the construction of knowledge in law: application in a digital corpus of jurisprudence."in *Informacao & Sociedade-estudios* 23.3 (2013): págs.75-87. Versión pdf en línea. consultada el 27 abril 2017
http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/repositorio/2015/12/pdf_b1c04a4a55_0000014174.pdf
- KATZ, D. M. AND BOMMARITO II, M. J. (2014) *Measuring the complexity of the law: the united states code*, in *Artificial Intelligence and Law*, vol. 22, no. 4, págs.. 337–374, 2014.
- DANIEL MARTIN KATZ, JOSHUA R. GUBLER, et al., (2011) *Reproduction of Hierarchy? A Social Network Analysis of the American Law Professoriate*, 61 J. Legal Educ. 76 2011.

KONIARIS M. et al. (2017). Network Analysis in the Legal Domain: A complex model for European Union legal sources. *In Computer Science. Social and Informations Networks*.

KONIARIS, M., ANAGNOSTOPOULOS, I. AND VASSILIOU, Y. "Legislation as a complex network: Modelling and analysis of european union legal sources," in *Legal Knowledge and Information Systems. Jurix 2014 : The 27th Annual Conference*. págs.. 143–152, IOS Press, 2014.

LETTIERI, N et al. (2016). A computational approach for the experimental study of EU case law: analysis and implementation. *In Social Network Analysis and Mining*. 2016. DOI 10.1007/s13278-016-0365-6

LETTIERI, N et al. *Network, Visualization, Analytics. A Tool Allowing Legal Scholars to Experimentally Investigate EU Case Law* in Nail 2015. 3rd International Workshop on "Network Analysis in Law"; págs.25–36. <http://www.leibnizcenter.org/~winkels/OpenLawsNail2015pp.pdf>

MARINO, L. « L'open data, une mine d'or pour les juristes ». *In La semaine juridique - édition générale - n° 14 - 7 avril 2014*. http://web.lexisnexis.fr/newsletters/avocats/05_2014/jcpg8.pdf

POINCARÉ, H. (1900)"Les relations entre la physique expérimentale et la physique mathématique". *Revue générale des sciences pures et appliquées* 11. 1900. págs.1163–1175. <http://henripoincarepapers.univ-lorraine.fr/framepdf.php?url=http://henripoincarepapers.univ-lorraine.fr/chp/hp-pdf/hp1900rs.pdf>

MAZZEGA, P., BOURCIER, D. AND BOULET, R. (2009). The network of french legal codes," in *Proceedings of the 12th International Conference on Artificial Intelligence and Law - ICAIL '09*, pág. 236, 2009.

SMITH, T. A. "The web of law," *SSRN Electronic Journal*, vol. 6, págs. 1–39, 2005.

WARD, M. et al. (2015). *Interactive Data Visualization: Foundations, Techniques, and Applications*, Second Edition. A K Peters/CRC Press. 2015.

NARRATIVAS HUMANAS: A FONTE DA INFORMAÇÃO

VALÉRIA MACEDO

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ – Escola de Comunicação
Instituto Brasileiro de Informação, Comunicação e Tecnologia – IBICT
valeriamacacademico@gmail.com

Resumo

Nossas mentes carregam mapas mentais de histórias. A narrativa impregna a fala, o corpo e a escrita. Informação e narrativa transmitidas pela performática humana colaboram para a construção do conhecimento e transferência da informação nas redes sociais na sociedade em que vivemos. (ELIAS, 1994; TEIXEIRA, 1995; BOURDIEU, 1996; ABBOTT, 2008)

A arte da narrativa humana de H. Porter Abbott (2008), entre o senso de emergência e a narrativa emergente, torna-se demanda do mundo sem barreiras, com suas diversas formas de comunicação e pela necessidade da divulgação de informações verdadeiras nas redes sociais.

Este trabalho, baseado em uma pesquisa bibliográfica, busca aprofundar o entendimento do fenômeno da narrativa humana nas redes sociais e identificar o uso de *habitus* de Bourdieu (1996) nas práticas narrativas dos indivíduos.

Abordar *habitus* como uma prática em que a realidade das pessoas toma forma no exercício de sua expressão individual pode favorecer os métodos de identificação das histórias de vida e das particularidades das diferentes histórias coletivas.

Estudos acadêmicos contemporâneos apontam a transdisciplinaridade do tema com diferentes métodos de análise. São estudos quantitativos e qualitativos, conteúdos de ficção e não ficção, que envolvem personagens, tempo, espaços conflitantes e competições pelo poder na sociedade da informação dicotômica em que vivemos nas redes sociais. (JASEMON, 1991; HAZEL, 2007; ABBOTT, 2008; GEORGAKOPOULOU, 2007; DE FINA e GEORGAKOPOULOU, 2011).

Conclui-se que o indivíduo pode ser reconhecido como um narrador de fatos e histórias, contador de *storytelling*, representantes de diferentes culturas, em espaços abertos e fechados, ocupando o papel de narrador informacional ao praticar suas ações para a comunidade, contextualizando seus pensamentos e desejos publicamente ao interagir com o ambiente e transferindo conhecimento e informação nas redes sociais. (TEIXEIRA, 1995; MARTELETO, 2009; RENÓ, 2013).

Palavras-chave: redes sociais, narrativas, informação, storytellings.

Abstract

Our minds carry mental maps of stories. The narrative permeates speech, body and writing. Information and narrative transmitted by human performance collaborate in the construction of knowledge and information transfer in social networks in the society in which we live. (ELIAS, 1994; TEIXEIRA, 1995; BOURDIEU, 1996; ABBOTT, 2008)

The art of human narrative by H. Porter Abbott (2008), between the sense of emergence and the emergent narrative, becomes a demand of the world without barriers, with its diverse forms of communication and the necessity of the dissemination of true information in social networks.

This paper, based on a bibliographical research, seeks to deepen the understanding of the phenomenon of human narrative in social networks and to identify the use of habitus by Bourdieu (1996) in the narrative practices of individuals.

To approach habitus as a practice in which the reality of people takes shape in the exercise of their individual expression may favor the methods of identifying the life histories and the particularities of the different collective histories.

Contemporary academic studies point to the subject's interdisciplinary with hybrid analysis methods. They are quantitative and qualitative studies, contents of fiction and non-fiction, which involve characters, people, conflicting spaces and power competitions in the dichotomous information society in which we live in social networks. (JASEMON, 1991; HAZEL, 2007; ABBOTT, 2008; GEORGAKOPOULOU, 2007; DE FINA e GEORGAKOPOULOU, 2011)

It is concluded that the individual can be recognized as a narrator of facts and stories, storytelling, representatives of different cultures, in open and closed spaces, occupying the role of informational narrator when practicing his actions for the community, contextualizing his thoughts and desires publicly when interacting with the environment and transferring knowledge and information in social networks.

(TEIXEIRA, 1995; MARTELETO, 2009; RENÓ, 2013).

Keywords: social networks, narratives, information, storytellings.

Introdução

As histórias que trazemos em nossas mentes remetem a nossas tradições familiares, fatos da nossa cultura, recordações dos momentos inesquecíveis, lembranças de eventos profissionais, entre tantas outras memórias.

Compartilhamos e utilizamos esses flashes, em nossa vida cotidiana, carregados de capital simbólico. E, ainda, usamos diversos dispositivos ao alcance das nossas mãos para dar forma ao conteúdo e, com fios condutores invisíveis, narrarmos histórias aos outros, com os outros e para nós mesmos.

A narrativa está impregnada na fala, no corpo, na escrita, culminando na performática humana. (ABBOTT, 2008)

A narrativa com informação colabora para a construção do conhecimento na sociedade moderna ocidental. (TEIXEIRA, 1995; MARTELETO, 2004)

A linguagem cotidiana dos indivíduos carregada de informação encontra na forma e no sentido a textualidade da narrativa, sendo compreendida pelos pesquisadores como a base dos processos produtivos de conhecimento de uma cultura, de uma sociedade. (BOURDIEU, 1996)

O Centro Interdisciplinar em Pesquisas sobre Narrativas da St. Thomas University no Canadá, constituído em 2007, apoia pesquisas na área de ciências humanas e sociais. Esse centro divulga periodicamente estudos sobre narrativas em sua revista eletrônica via *open source*. São trabalhos produzidos no ambiente acadêmico nas mais diversas áreas de estudo: psicologia, sociologia, cultura, teologia, trabalho, educação, saúde, ética e artes, entre outras.

A Associação European Narratology Network (ENN) promove, desde 2009, iniciativas de aprofundamento de estudos no tema. A ENN é formada por narradores individuais, representantes de centros de pesquisa, universidades e grupos interessados em narrativa. A linha de pesquisa aprofunda os estudos de narrativa na literatura, no cinema, na mídia digital, entre outras, e em diferentes línguas e culturas.

Na verdade, existe uma diversidade de estudos de filósofos e sociólogos dedicados a estudar narrativas em diferentes abordagens. Em 2008, H. Porter Abbott reforça o conceito de que nem sempre a narrativa contém conhecimento e/ou informação. Para Abbott (2008), narrar é um dom, uma habilidade humana e os gaps existentes entre a realidade e a imaginação possibilitam a construção de uma série de contrapontos entre a informação e a narrativa humana.

Preocupado com o senso de emergência e a narrativa emergente que invade as redes sociais, Abbott (2008) ressalta que a capacidade criativa humana de narrar seus eventos no tempo e no espaço está se perdendo na sociedade de informação dicotômica dos indivíduos e seus aparatos tecnológicos. Resultado de um mundo sem barreiras em que vivemos.

É bem verdade que o ambiente criado com a globalização e a interdependência tecnológica, entre os mais variados grupos sociais, pode ter promovido impactos pouco criativos nos processos de produção do conhecimento e da informação no mundo acadêmico e na sociedade.

As grandes invenções – desde a escrita, as máquinas de escrever aos gravadores, culminando com as inovações que surgiram com o advento da Internet, trouxeram atividades de reprodução: “produtos e tecnologia, disponíveis para o ser humano, são máquinas de reprodução e não de produção”. (JAMENSON, 1992, p. 34).

Com uma visão de que vivemos a todo momento os reflexos da complexidade das relações sociais, da ocupação do mesmo território por diferenças culturais e raças e dos constantes conflitos e competições pelo poder, apresentamos na primeira parte deste estudo o entendimento do contexto da narrativa nos tempos atuais na perspectiva dos conceitos teóricos sobre narrativa de Abbott (2008) e dos filósofos inspiradores nos quais o autor fundamenta sua obra.

Sequencialmente, trazemos argumentos que possam identificar a existência do ser humano, interlocutor, sujeito-produtor, contador e narrador de histórias nas redes sociais entranhado pelo *habitus* e capital social de Bourdieu (1996) através de um arcabouço conceitual inter-relacional do indivíduo com a sua narrativa.

E, finalmente, apresentamos as principais contribuições e iniciativas acadêmicas que abordam a importância das narrativas como práticas nas redes sociais para abordar os indícios das narrativas como fonte de informação humana e construção de conhecimento coletivo.

1. Abordagem teórica da narrativa com ênfase nos estudos de Abbott (2008)

No dicionário brasileiro da língua portuguesa Michaelis, a palavra narrativa significa o “ato ou efeito de narrar e relatar um acontecimento ou fenômeno”. Narrativa está em geral relacionada à palavra narração como forma de exposição verbal, principalmente no ambiente do cinema e da televisão.

A etimologia aponta que a palavra narrativa deriva do latim “narro”, que significa relatar; contar; e do verbo “gnarus”, que expressa quem sabe; familiarizado com; especialista; e hábil. Esse verbo é associado a “gna”, que na língua sânscrita expressa conhecer algo. (WHITE, 2009, p. 215 e ABBOTT, 2008)

H. Porter Abbott (2008) é professor pesquisador da Universidade da Califórnia em Santa Bárbara (EUA), com especialidade em literatura dos séculos 19 e 20 e na teoria da narrativa. Ele conceitua narrativa como a representação de um evento ou uma série de eventos organizados por meio da compreensão humana em relação ao tempo. Ao narrar, o ser humano une uma linguagem com uma consciência consciente da passagem do tempo.

A narrativa também pode ser definida como a capacidade do ser humano de praticar a comunicação como uma habilidade própria da sua espécie. Essa ação comunicativa está associada a uma série de eventos. Todavia, mesmo com a existência da comunicação, nem sempre a narrativa contém conhecimento e/ou informação. (ABBOTT, 2008)

Estudos contemporâneos sobre a narrativa começaram a ser mais aprofundados na década de 1970 em várias áreas do saber – história, literatura, antropologia, semiótica, entre outras. Um dos principais expoentes no tema foi o filósofo francês Roland Barthes (1915-1980), crítico literário influenciado pela antropologia

estruturalista de Claude Lévi-Strauss (1908-2009) e fonte de inspiração de Abbott (2008).

Para Barthes (1977), o mundo das narrativas representa incontáveis palavras em que uma variedade de gêneros e material agrega a história do ser humano. As histórias são contadas, conforme expressado a seguir pelo autor:

“[...] articulada pela linguagem, falada e escrita, por imagens fixas ou em movimento, gestos, e ainda com uma mistura de todas estas substâncias, a narrativa está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, no épico na tragédia, no drama, na comédia, na mímica, na pintura ... impregnada em vitrais, filmes, notícias locais e até em conversas. Além disso, nessa diversidade de formas, a narrativa está presente em todos os momentos, em todos os lugares, em toda a sociedade. De fato, a narrativa começa com a própria história da humanidade; e não há um lugar em que exista um povo sem narrativa. Todas as classes, todos os grupos sociais têm suas histórias, e muitas vezes estas são compartilhadas e apreciadas por pessoas de diferentes contextos culturais. A narrativa permanece largamente despreocupada com literatura boa ou ruim; é internacional, é transhistórica, transcultural; simples assim: como a vida”. (BARTHES, 1966, p.65)

Na área da literatura, encontra-se uma série de formas diferentes na abordagem dos conceitos e das características da narrativa. Essa diversidade está relacionada ao desenvolvimento de novos produtos e tecnologias e por novas abordagens na evolução da ciência a partir do século 20, impulsionada pelo capitalismo e pela importância dada a oralidade.

Para Abbott (2008), narrar é uma arte, independentemente do contexto político, econômico e/ou social. O uso da palavra na narrativa está contido na linguagem dos artistas e não artistas, em *storytellings*. O ato de contar histórias demanda um dom que envolve crianças, pessoas, profissionais, além de símbolos e sentimentos. As micronarrativas atuam como metáforas e tornam-se um recurso do indivíduo – natural, aprendido ou a combinação de ambos.

A capacidade humana de pensar e relatar um evento, com ou sem a adição de complexidades, acumulação de incidentes, usando sua imaginação, concebe a ele um dom de engajamento. Ao narrar do início ao fim uma história, o indivíduo promove momentos de suspense, curiosidade e surpresa, além de criar gaps que representam momentos de sua criatividade e dinamismo.

Além de contador de histórias, o ser humano tem a capacidade de representar durante um evento. Ele é performático ao produzir formas simples ou mais complexas da informação que quer transmitir na narrativa.

Abbott (2008) comenta que alguns estudiosos preferem utilizar as palavras descrição, exposição, argumento ao invés de representar a narrativa como evento ou uma série de eventos ou ações, as micronarrativas.

Em relação à passagem do tempo na narrativa, a existência temporal é retratada pelo processo mental interno do ser humano e como ele cria e organiza e dá ordem ao tempo, sem necessidade de referenciá-lo. De acordo com Abbott (2008), o tempo é fluido na narrativa. E essa fluidez é percebida nas formas de comunicação humana, inclusive na cultura, nas artes, no cinema, na música, na pintura, na poesia e entre outras formas de expressão.

A narrativa pode ser um instrumento que provoca o pensamento ativo e nos ajuda a trabalhar com problemas, até mesmo ouvir e falar sobre eles. Os estudos de Abbott (2008) abordam dois pontos importantes da narrativa no mundo caótico voltado ao controle centralizado da sociedade e do comportamento emergente nos dias de hoje: a percepção humana da narrativa e a inteligência narrativa.

O processo cognitivo do ser humano ainda busca uma narrativa para compreensão da motivação da pintura na tela do artista. Ao visitarmos uma exposição, ocorrem os insights, questões, críticas, narrações, lembranças em nossa mente. A falta de entendimento da informação narrada pelo pintor pode ocasionar um sentimento do medo, insegurança e provocar momentos de stress no ser humano.

Significado e narrativa são conceitos importantes para Abbott (2008) já que a narrativa pode ser utilizada para a comunicação de informações falsas ou para processos de controle no nível da macronarrativa (considerando um conjunto das micronarrativas).

Em seu estudo “Narrative and emergent behavior”, Abbott (2008) exemplifica a narrativa discursiva emergencial muito utilizada atualmente nas comunicações do mercado financeiro, no âmbito do mercado de ações ou commodities. O autor comenta que este é um ambiente propício para lições que são aprendidas e esquecidas muitas vezes ao dia. E utiliza-se de modelo padrão de linguagem carregada de medo e desejo

que impõe histórias sobre os processos emergentes de protagonistas fazendo coisas, com um discurso narrativo de acontecimentos.

Nesse ambiente de complexidade, econômico e instável, Abbott (2008) chama a atenção para o fato de que o conhecimento e a informação estão competindo em espaço com histórias de controle centralizado, com um modelo de narrativa padrão, cheia de sentimentos e intenção.

É bem verdade que o discurso narrativo está entranhado em nosso dia a dia, em nossas atividades diárias pessoais e profissionais, na forma como comunicamos a informação em nossas redes sociais e narramos a história. Apesar disso, a preocupação de Abbott (2008) em relação à inteligência narrativa nos estudos recaí sobre o seguinte contexto:

“[...] elemento-chave para transmitir essa impressão de narratividade é um grau mínimo de coerência, os eventos mantendo-se em conjunto o suficiente para que se diga, sim, isso é uma narrativa, ou isso conta uma história. Os eventos, de alguma forma, pertencem um ao outro, pertencem à história à medida que avança através do tempo”. (ABBOTT, 2008, p. 229)

A compreensão da sequência causal do evento possibilita aprendizado com o passado, planejamento do futuro e gera uma história que, segundo Abbott (2008), fornece a identidade e o pertencimento cultural. Contudo, o comportamento humano emergente, como forma de ação, tira essa causalidade e discernimento de uma história, tornando-se eventos contados ao acaso.

Nessa perspectiva, parece que as narrativas se assemelham a processos que se iniciam com uma série de eventos e ações, as micronarrativas e, em seu progresso causal, uma macronarrativa é formada. E, segundo Abbott (2008), nos dias atuais a representação, a estrutura formal do conteúdo da narrativa, não se finaliza. Na verdade, o que existe é a ocorrência de uma série de narrativas, entre a micro e a macronarrativa, que refletem um comportamento emergente do ser humano, como se fossem comportamentos casuísticos.

Para Abbott (2008), narrar uma história é um processo semelhante ao narrar o crescimento de uma cidade ou a evolução da etnia de uma raça de cavalos, sem levar em

conta as histórias emergentes do processo. O argumento do autor leva em consideração as infinitas histórias que ocorrem no nível micro: agregadas, causam e modificam a história a nível macro. “É a química desse comportamento agregado que produz o padrão de mudança no nível macro” (ABBOTT, 2008). Daí a importância de boas histórias narradas, com informações verdadeiras para ativar a cognição e o mapa mental humano.

2. A explicitação do *habitus* nas narrativas humanas

Bourdieu foi um dos grandes filósofos das ciências sociais pela sua abordagem teórica e empírica, situada no espaço e no tempo com o uso de métodos quantitativos e qualitativos, estatísticos e etnográficos, micro e macrosociológicos.

Crítico sobre o uso da história da vida como senso comum na academia, 9(1986) atenta que a tentativa da compreensão de uma vida como uma série de acontecimentos sucessivo e de relatos sem vínculos mais parece como apresentações formais da vida social.

Em sua obra “A ilusão biográfica”, Bourdieu (2006) argumenta que: “o relato da vida varia tendo a forma como conteúdo”. E a investigação realizada pelo pesquisador é uma grande contribuição para a reunião desses relatos e para o entendimento das características dos campos e das histórias de vida, devido ao desenrolar das sucessivas ações e da representação do capital social refletindo as experiências pelo qual o indivíduo vivenciou.

“Sem dúvida, podemos encontrar no *habitus* o princípio ativo, irreduzível às percepções passivas, da unificação da prática e das representações (isto é, o que equivalente, historicamente constituído e, portanto, historicamente situado, desse eu cuja existência, segundo Kant, devemos postular para justificar a síntese do diverso sensível na intuição e a ligação das representações numa consciência). Mas, essa identidade prática somente se entrega à intuição na inesgotável série de suas manifestações sucessivas, de modo que a única maneira de apreendê-la como tal consiste talvez em tentar recuperá-la na unidade de um relato totalizante (como autorizam a fazê-los as diferentes formas, mais ou menos institucionalizadas, do “falar de si”, confidências etc.). (BOURDIEU, 2006, p. 186)

O exercício da pluralidade dos métodos de investigação, impregnado de concretude e abstração, é observado na obra “A distinção”, de Bourdieu (2007). O discurso abstrato utilizado para explicar uma fotografia, a súmula de um documento, a sinopse de um trabalho ou de uma entrevista se contrapõe a uma análise formalizada e unificada fundamentada pelo *habitus*. (BOURDIEU, 1996, 2007)

Faz-se necessário compreender o conceito de *habitus* de Bourdieu para investigar as formas de explicitação e representação com que o indivíduo incorpora o seu capital interior nas suas histórias de vida, crenças, gostos e desejos. É possível avaliar qual o impacto do capital social impregnado de capital cultural do indivíduo reforçado pela sua educação e vivência, nas suas relações sociais narradas e nas suas formas de expressão da informação.

As relações sociais, na prática, podem ser identificadas mediante modelos universais destacados em estudos voltados à ciência da natureza e do indivíduo. Contudo, esses modelos que colaboram para a identificação de padrões de comportamento de um grupo social não mais atendem às necessidades de compreensão dos laços sociais.

Habitus tem características diferenciadas e diferenciadoras e práticas distintas e distintivas porque os indivíduos aplicam o princípio da diferenciação e da distinção na sua comunicação. Segundo Bourdieu (1996), são as suas posições intelectuais, opiniões políticas, através da sua consciência, a forma com que o indivíduo exercita o seu pensar sobre os seus capitais, suas formas de expressá-las.

Nesse estudo, permite-se abordar *habitus* como a prática com que a realidade das pessoas toma forma no exercício de sua expressão individual refletindo suas histórias de vida e das particularidades das diferentes histórias coletivas. As escolhas de pessoas, bens e de práticas reproduzem no *habitus* características intrínsecas e relacionais dos indivíduos. E, assim, cada membro da sociedade reflete na linguagem comum a informação que compartilha com outro. Segundo Elias (1994), essa linguagem comum é componente do *habitus* social.

Adicionalmente, a memória coletiva refere-se a um conjunto de representações que refletem o passado. Mediante a produção dessas informações, grupos de indivíduos a institucionalizam, conservam e transmitem por meio das interações com seus

membros, de geração a geração. Esse processo que preserva a memória coletiva contém conhecimento das práticas e da linguagem do cotidiano, do conhecimento especializado de uma cultura, de um povo, de eventos históricos e das formas que se constituem nas relações de poder. (JEDLOWSKI, 2005)

As categorias sociais de percepção possibilitam a capacidade de ver e interpretar o comportamento de outros indivíduos através da interação social, dos estímulos visuais, musicais, sensoriais; e colabora para que cada um tenha gostos diferentes. O resultado dessa abordagem constitui a linguagem verdadeira do *habitus*.

Bourdieu (1996) observa ainda que não é possível negar a existência de uma classe na realidade porque esse conceito sustenta a existência das diferenças. Na sociedade, é preciso compreender a existência da individualidade no modo de pensar, agir e falar e a sua capacidade de construir, individual e, sobretudo, coletivamente na cooperação e no conflito o mundo social.

Vale ressaltar que, no campo do poder, as posições e tomadas de posições são claramente percebíveis quando é analisado o espaço social e quando se identificam os microcosmos e os macrocosmos sociais. Bourdieu (1996) intitula esse conceito como “campo da disputa” pelo fato da existência das divergências de interesses ou de hábitos mentais entre os indivíduos.

Conclui-se assim que, a cada momento e em cada sociedade, existe um conjunto de posições sociais que são semelhantes na sua origem e estrutura em relação a um conjunto de atividades e bens relacionados ao *habitus* individual e coletivo. E ainda que a participação e o compartilhamento das informações, bem como as tomadas de decisões e escolhas do conteúdo narrado pelos indivíduos podem ser consideradas importantes variáveis para uma análise das narrativas humanas nas redes sociais.

3. Principais contribuições acadêmicas

As contribuições relatadas a seguir buscam agregar subsídios para a discussão a inter-relação do indivíduo com seus *habitus* e as narrativas humanas nas redes sociais.

Sobre o uso do conceito de *habitus* e respectivamente a importância do capital social nas redes sociais para a construção das narrativas, buscou-se nas contribuições o

contexto de *habitus* como um produto da história, produzida por práticas individuais e coletivas que refletem as memórias e fatos relatados pelo indivíduo. (BOURDIEU, 1977)

Os conceitos cunhados por Bourdieu (1996) como *habitus* e capital simbólico são utilizados por muitos pensadores para o entendimento de fenômenos contemporâneos partindo da perspectiva do indivíduo para o coletivo nos diversos espaços sociais. E, nessa discussão entre a racionalidade e a fluidez da fala nas redes sociais, entre as diversas abordagens teóricas, nota-se uma tendência maior no entendimento de fatores que ultrapassam a razão e buscam respostas sobre a significação do comportamento humano nas redes, no fortalecimento da sua cultura, sua forma de expressão e narrativas.

Contextualizando uma transversalidade no conceito do indivíduo, encontra-se Teixeira (1995) ao apresentar o indivíduo como um sujeito que cria formas de expressão e espelham sua identidade no meio social sendo considerado um agente da cultura. Esse indivíduo tem a prática de representar ao discursar: “o que já ouviu dizer, com o que vão dizer, com o que pode dizer, com o que quer dizer”. (TEIXEIRA, 1995, p. 42)

Teixeira (1995) ainda comenta que a construção das ações práticas no ambiente físico, político, econômico e social são realizadas pelo indivíduo em espaços legitimados de saber e fazer. Nesse espaço, ocorre a produção de sentidos, discursos do mundo, do real e do imaginário, do vivido e do representado, formando assim um patrimônio histórico (tempo e espaço determinado) e um patrimônio informacional (lembranças, falas, atitudes e comportamentos de pessoas pertencentes a grupos sociais).

As relações sociais contemporâneas apresentam processos e fluxos de informação na rede criados pelos humanos que se contrapõem ao teorema da amizade? Quando dois amigos têm um amigo comum significa que existe um indivíduo com amigos de todos os outros ilustrando assim o princípio da árvore-raiz e os sistemas centrados, lineares e combinatórios. As relações nas redes sociais evoluíram para sistemas a-centrados:

“nos quais a comunicação se faz de um vizinho a um vizinho qualquer, onde as hastes ou canais não preexistem, nos quais os indivíduos são

todos intercambiáveis, se definem somente por um estado a tal momento, de tal maneira que as operações locais se coordenam e o resultado final global se sincroniza independente de uma instância central”. (GUATTARI e DELEUZE, 1995, p. 12)

O teórico marxista e crítico literário Fredrik Jameson (1992) dedicou-se ao estudo da narrativa e história nos processos de produção de textos literários até o consumidor final, o leitor. E, como precursor da ideia do capitalismo tardio, concluiu que a narrativa é um ato social simbólico.

Jameson e Cevalco (1996) buscaram na análise crítica dos textos de cultura, como simulacro, compreender o funcionamento ideológico da sociedade pós-moderna. Eles propuseram um método de organização e sistematização da narrativa mediante a construção de um mapa cognitivo da cultura engajada a uma intervenção política.

Ainda no campo literário a obra “Corpo e alma”, de Wacquant (2002), aplica o método de pesquisa de Bourdieu – observação participativa – tornando-se aprendiz de boxeador ao vivenciar o seu *habitus* social. Nessa produção, ocorreu uma mistura de sociologia, etnografia e narrativa literária, além de texto e imagens. Esse experimento trouxe à tona o conceito de *habitus* como “um conjunto de desejos, vontades e habilidades, socialmente constituídas, que são ao mesmo tempo cognitivas, emotivas, estéticas e éticas, como ele é elaborado e como opera concretamente”. (WACQUANT, 2002, p. 102)

Estudos e pesquisas voltados à informação em redes sociais buscam analisar como ocorrem os fluxos de informação e conhecimento em comunidades. Resultados apontam que muitas redes começam quando vivenciam um problema ou mesmo uma necessidade declarada por um indivíduo ou mesmo em um movimento fractal que resulta em mobilização coletiva.

“[...] cada indivíduo na rede depende do capital social e informacional que consiga agregar para si próprio e para o conjunto. A margem de decisão de um indivíduo inserido em uma rede social está sujeita à distribuição de poder, à estrutura de interdependência e de tensões no interior do grupo. É a ocupação de determinadas posições na rede da comunidade, de especial acesso a informações, que determina o sucesso das ações dos indivíduos e seus grupos”. (MARTELETO e SILVA, 2005, p. 46)

No campo da música, o pesquisador em *storytelling* e narrativas, Paul Hazel (2007) destaca que narrativa oral pode transmitir cultura, mito, poesia no simples ato do

entretenimento, além de conter um arcabouço do conhecimento de uma cultura sobre o indivíduo. É importante considerar que o uso da narrativa representa o passado, o presente e as projeções do futuro com o uso de ferramentas de simulação.

Contribuindo para o estudo do paradigma da narrativa, Hazel (2007) identificou dez pontos principais contextualizado na sua interdisciplinaridade:

1. Narrativa é o principal meio de compreensão e expressão das nossas experiências mutáveis ao longo do tempo.
2. O tempo da narrativa é subjetivo e elástico.
3. A seleção de eventos e o sequenciamento de eventos são dois elementos funcionais cruciais da construção narrativa e estão reciprocamente relacionados com a experiência subjetiva do tempo descrito na narrativa.
4. Uma narrativa é a rerepresentação da realidade a partir de uma perspectiva particular: a realidade reconfigurada para expressar significado.
5. As narrativas orais seguem uma estrutura que inclui resumo, orientação, complicação, avaliação, resolução e codificação.
6. Na prática, essa estrutura está sujeita a configuração, uma vez que o significado está socialmente situado.
7. Narrativa implica organização e codificação eficiente da memória.
8. Narrativa implica planejamento e habilidade na solução de problemas.
9. Narrativa é o coração do processo de aprendizagem.
10. Narrativa é uma atividade criativa ou imaginativa.

Fonte: tradução e adaptação da autora.

Alessandra Georgakopoulou, pesquisadora da St. Thomas University, apresenta em seus estudos que a narrativa ocorre em diferentes formas durante o desenvolvimento do discurso; antes e depois da ocorrência das atividades, sendo caracterizado por pequenas histórias.

A ideia de narrativa como parte das práticas sociais conduz inevitavelmente a noções pluralizadas e fragmentadas. As narrativas devem atuar como outros recursos compartilhados, sejam eles os discursos envolvendo atividades.

Georgakopoulou (2007) defende que a etnografia pode ser um instrumento importante para a análise da narrativa ao explorar os papéis sociocultural da

narrativa em toda a comunidade e pequenos grupos e culturais através das pequenas histórias, interação e identidade. (BAMBERG & GEORGAKOPOULOU, 2008)

Arthur W. Frank (2010), sociólogo norte-americano, usa o conceito *socio-narratology* para defender que as histórias de ficção e não ficção fornecem informação com orientação espacial e temporal, além de conter coerência, significado, intenção e representação das fronteiras de uma vida – boa ou perigosa – inerente à falta da forma refletindo o *habitus* do indivíduo e/ou de uma coletividade.

Atualmente as narrativas, contextualizadas como *storytelling*, parecem ter invadido as redes sociais em dispositivos digitais, com histórias da vida real com ocorrência diária. No mundo jornalístico, a *transmedia storytelling* ou narrativa transmidiática está em voga. Entretanto, é necessária maior investigação do desenvolvimento dessas práticas devido às mudanças de linguagem e às diferentes formas de conteúdo, disponibilizadas por públicos diversos em ambientes digitais participativos e retroalimentados pelos indivíduos.

“Esses cidadãos deixaram de ser fontes para jornalistas e passaram a ser fontes para a sociedade a partir de seus espaços virtuais, seja pela blogosfera, seja por rede social. Cidadãos que fazem a circulação da informação por sua própria força, e com suas próprias palavras e línguas. Aos jornalistas não agrada pensar nisso, mas é uma nova forma de fazer o factual, e o jornalista ficou com a possibilidade de fazer as reportagens, com mais profundidade no tema, e com mais técnica e tempo para fazer o que historicamente sabe melhor: contar histórias”. (RENÓ e RENÓ, 2013, p. 57)

Muitas dessas histórias contêm informações construídas de forma colaborativa. Entretanto, uma das preocupações são as histórias que geram conflitos ou empoderam indivíduos: “... por exemplo, em relação a quem tem o direito de contar uma narrativa, quem diz a verdade e quem mente, e quais são as consequências que a narração de histórias particulares podem ter sobre a vida de indivíduos e grupos. (DE FINA e GEORGAKOPOULOU, 2011, p. 125)

No século 21, a cultura dominante passou a ser a digital e com ela o indivíduo passou a contar com formas de comunicar suas informações, memórias das suas vidas e das suas coisas nas redes sociais. A contínua ação dos indivíduos, através do uso das

tecnologias digitais, colabora para impedir o esquecimento da sua história e o compartilhamento de conhecimento e informação. (MAYER-SCHONBERGER, 2009)

Page (2015) destaca que a evolução tecnológica constante propicia a existência de vários tipos de mídia social – sites, blogs, wikis e network; e, dependendo da perspectiva, as práticas de *storytelling* devem atender a apropriadas metodologias de análise, generalista ou particular; intertextual ou multimodal para sua investigação.

Conclui-se assim que a forma de contar histórias possui hoje uma diversidade de apoios tecnológicos para a sua difusão e cada vez mais o indivíduo tem atuação ativa para a produção e reprodução do conhecimento e da informação utilizando as narrativas, com métodos diversos para a sua criação, análise e compreensão sendo acessadas de forma fluida nas redes sociais.

4. Considerações finais

A teoria sobre narrativas de Abbott (2008) e as diversas contribuições dos estudos transdisciplinar trazem novos olhares para as formas de expressão do indivíduo em seu microcosmo social ao colaborar para a identificação de práticas narrativas informacionais que podem preservar cultura, educar e desenvolver a sociedade. (MARTELETO, 2004)

Contudo, identifica-se nos estudos de Abbott (2008) a sua preocupação de como a narrativa é utilizada pelo ser humano. E essa mesma leitura pode ser feita ao analisar o indivíduo através do seu *habitus*, do seu capital social e como este utiliza sua fala para narrar as suas crenças, histórias de vida e transmitir informação (BOURDIEU, 1996, 2007). Ou mesmo como o agente nas redes sociais conta suas histórias e as de outrem. (GEORGAKOPOULOU, 2007)

Entende-se que o uso de metáforas como recurso do indivíduo, como um dom ou através de ensinamentos e aprendizados em suas práticas de *storytelling*, promove o desenvolvimento no âmbito da sociedade e o transforma em uma fonte de informação através das suas ações e performances nas redes sociais. (ABBOTT, 2008; HAZEL, 2007; GEORGAKOPOULOU, 2007)

O foco dos estudos avaliados está no ser humano como um agente do conhecimento e da informação ao possuir um mapa mental das histórias de sua vida, de sua tradição, de sua cultura e de sua gente. E nota-se que a inferência lógica da narrativa humana na narrativa histórica de controle centralizado vem preenchendo a lacuna de emergência da narração nas redes sociais. (Abbott, 2008)

Será o arcabouço do seu conhecimento e do reconhecimento dos demais que darão ao indivíduo a oportunidade, em seus diversos processos e formas, de se comunicar, relacionar e interagir nas redes sociais? (BOURDIEU, 1996)

Atualmente, o papel do homem social nas redes é de narrador informacional ao praticar suas ações para a comunidade, ao interagir com o seu ambiente e transferir conhecimento e informação e contextualizar seus pensamentos e desejos publicamente. (TEIXEIRA, 1995; RENÓ E RENÓ, 2013)

Todavia esse espaço virtual estético está ficando reducionista, controlado, com tensões globais com batalhas transformando o espaço social em um ambiente imprevisível. (JASEMON, 1992; ABBOTT, 2008)

Uma das mudanças possíveis nesse quadro é que a base da sociologia da prática traga seu valor, sentido do capital simbólico. (BOURDIEU, 1996; WACQUANT 2013). É possível que, através da linguagem verdadeira de Bourdieu (1996), a mente humana já perceba a performance do mundo das narrativas de Abbott (2008), produzindo uma série de eventos nas redes sociais. São artistas e não artistas buscando seus espaços de expressão no mundo acadêmico e na sociedade.

A história narrada possibilita uma série de atalhos cognitivos que induzem a uma série de sentidos. O engajamento do ser humano, através das suas narrativas, de uma série de ações nas suas várias facetas da vida pode colaborar para desmistificar os problemas e encontrar soluções através de sua inteligência e intelectualidade. (HAZEL, 2007; BOURDIEU, 1986)

É possível que a inteligência narrativa tenha perdido a sua capacidade criativa devido à falta de necessidade de se expressar na textualidade, já que a tecnologia resolveu o processo de produção ao criar ferramentas que reproduzem automaticamente as nossas palavras em imagens, fotos, gráficos. (JAMENSON, 1992)

Contudo, essa forma de expressão também é um modelo de narrativa; basta observar pinturas e quadros de artistas famosos ou não divulgados amplamente nas redes sociais. Essas categorias sociais de percepção, arte, música, literatura entre outras formas de mediação são utilizadas pelo indivíduo para se comunicar com o outro. (ABBOTT, 2008)

E assim, retornamos ao início do nosso dilema mental, da busca de encontrar o narrador das histórias, o sujeito inteligente disposto a criar as narrativas com informação e colaborar na preservação e/ou aumento do capital simbólico.

As redes que se formam – redes sociais, de conhecimento e semânticas – digitais ou não digitais poderão trazer à tona o terceiro elemento do conhecimento, o da experiência, conhecimento comum, simbólico, cujo valor pode alcançar níveis inimagináveis mediante as performances das práticas sociais realizadas pelos atores, de um para muitos. (BOURDIEU, 1996; NASCIMENTO e MARTELETO, 2005; ABBOTT, 2008)

Nossa análise demanda de estudos mais aprofundados, práticas e observações além da abordagem teórica e pesquisa deste estudo. Todavia, é possível concluir que é necessário ao ser humano ter a consciência de seu capital social para que a sua cultura se estabeleça como um capital informacional. E, uma vez dotado desse recurso, o indivíduo consiga potencializar o seu modelo mental cognitivo, seu conhecimento, com o estabelecimento do dom da narrativa.

Finalmente, é fato que o indivíduo atua como autor e coautor das histórias, verdadeiras ou não, e são as suas relações regadas com seu capital social e hábitos que podem tornar a sua narrativa reconhecida nas redes na qual atua. E essa rede fortalecida pelas narrativas cria espaços, forma e pode sustentar comunidades. Serão narrativas que serão ouvidas e entendidas como uma linguagem informacional verdadeira.

Referências

ABBOTT, H. P., 2008. *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.

ABBOTT, H.P., 2008. *Narrative and emergent behavior*. *Poetics Today*, 29 (2), pp. 227-244.

BAMBERG, M; GEORGAKOPOULOU, A., 2008. Small Stories as a New Perspective in Narrative and Identity Analysis. *Text and Talk* 28(3), pp. 377-396

BARTHES, R., 1966. *Introduction to the structural analysis of narratives*.

BOURDIEU, P., 1977. *Outline of a Theory of Practice* (Vol. 16). Cambridge University Press.

BOURDIEU, P., 1996. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Papyrus Editora.

BOURDIEU, P. 2006. A ilusão biográfica. In: AMADO, Janáina e FERREIRA, Marieta de Moraes. *Usos e abusos da história oral*. (8a edição) Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 183-191.

BOURDIEU, P. 2007. Títulos e Ascendência de Nobreza Cultural. In: *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp & Porto Alegre, p.9-92.

DE FINA, A. AND GEORGAKOPOULOU, A., 2011. *Analyzing narrative: Discourse and sociolinguistic perspectives*. Cambridge University Press.

GUATTARI, F. e DELEUZE, G., 1995. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia* (Vol. 3). Editora 34.

ELIAS, N., 1994. *A sociedade dos indivíduos*. Zahar.

FRANK, A.W., 2010. *Letting stories breathe: A socio-narratology*. University of Chicago Press.

GEORGAKOPOULOU, A., 2007. *Small stories, interaction and identities* (Vol. 8). John Benjamins Publishing.

HAZEL, P., 2007. *Narrative: An Introduction*. Unpublished.

JAMESON, F., 1992. *O Inconsciente político e a narrativa como ato socialmente simbólico*. Ática.

JAMESON, F. e CEVASCO, M.E., 1996. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*.

JEDLOWSKI, P., 2005. *Memória e mídia: uma perspectiva sociológica. Imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Museu da República, pp. 87-98.

LIPOVETSKY, G., 2009. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Editora Manole.

MARTELETO, R.M. e Silva, A.B.D.O., 2005. *Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local*. Ciência da informação, 33(3), pp. 41-49.

MARTELETO, R.M., 2009. Conhecimentos e Conhecedores. Informação, saúde e redes sociais: diálogos de conhecimentos nas comunidades da Maré.

MAYER-SCHONBERGER, V., 2009. *Delete: the virtue of forgetting in the digital age*. Princeton, Princeton University Press

NASCIMENTO, D.M. e MARTELETO, R.M., 2004. A informação construída nos meandros dos conceitos da Teoria Social de Pierre Bourdieu. Datagramazero: Revista de Ciência da Informação, (5) n.5

RENÓ, D.; RENÓ, L., 2013. *Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia*. In Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis (pp. 55-70). Labcom-Laboratório de Comunicação e Conteúdo Online. Pp.55-70

SZEKERES, G.; WILF, H.S., 1968. An inequality for the chromatic number of a graph. Journal of Combinatorial Theory, 4(1), pp.1-3.

TEIXEIRA, C.H., 1995. *Onde os intérpretes da informação*. Informare: Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Rio de Janeiro, 1(2), pp. 37-44.

WACQUANT, L.J., 2002. *O legado sociológico de Pierre Bourdieu: duas dimensões e uma nota pessoal*. Revista de Sociologia e Política, (19) pp. 95-110

WACQUANT, L., 2013. *Habitus como assunto e ferramenta: reflexões sobre tornar-se um boxeador*. Estudos de Sociologia, 2 (17).

WHITE, H., 2009. *The content of the form: Narrative discourse and historical representation*. JHU Press.

Sites acessados

European Narratology Network (ENN): <http://www.narratology.net/node/3>

Centro Interdisciplinar em Pesquisas sobre Narrativas: <http://w3.stu.ca/stu/sites/cirn/index.aspx>

8 - MOVIMENTOS SOCIAIS E PRÁTICAS CULTURAIS

USOS E GRATIFICAÇÕES: O CONSUMO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

RAQUEL FERREIRA¹ e RITA ESPANHA²

¹Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe (UFS), Brasil. ²Centro de Investigação e Estudos de Sociologia ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa), Portugal.

¹raquelcarrico@gmail.com e ²rita.espanha@iscte.pt

Resumo

O presente texto privilegia parte de um estudo qualitativo indutivo sobre os motivos para exposição dos jovens às mensagens publicitárias nas redes sociais digitais. Para tanto, se fez necessário compreender as razões, as gratificações dos jovens para o uso das próprias redes. Uma das condições que faz desse contexto relevante é a possível congruência entre os motivos para o uso e exposição às redes tanto quanto às mensagens publicitárias que nelas circulam. Com um estudo abordado pela “teoria Fundamentada em Dados”, trinta e oito jovens de 18-24 anos foram entrevistados. O enfoque do presente texto são os resultados que revelam os motivos, os usos e as gratificações dos jovens com as redes sociais digitais, denominadamente, 1.Construção Identitária; 2.Vigilância; 3.Interação social; 4.Recordação de Memórias; 5.Aprendizagem/Aconselhamento 6.Entretenimento/Gerenciamento do Humor. Ademais o texto evidencia algumas estratégias de interação com as redes quando estas se mostraram especialmente sobressalentes.

Palavras-chave: usos e gratificações, redes sociais digitais, jovens 18-24 anos, teoria fundamentada em dados.

Abstract

The present article presents part of an inductive study about the reasons for the exposure of young people to advertising messages on digital social networks. To do this, it was necessary to understand the reasons and gratifications of young people for the use of their own networks. In a study based on the “Grounded Theory”, thirty-eight young people aged 18-24 were interviewed. The focus of this text is on the results that reveal the motives to use digital social networks, namely Identity Construction; Vigilance; Social Interaction; Memories; Learning/Counseling; Entertainment/Humor Management, as well as the interaction strategies especially evident.

Keywords: uses and gratifications. digital social networks. young people aged 18-24.
grounded theory.

Introdução: Redes Sociais Digitais

O registro da expressão e da sociabilização são os feitos mais relevantes da Internet segundo Recuero (2009, p.24). Ela aponta que os rastros deixados neste ambiente permitem o reconhecimento de padrões de conexões dos seus usuários. “É, neste âmbito, que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na Internet é utilizada através da perspectiva de rede social”.

Uma Rede Social é então, a capacidade de atores sociais; pessoas, grupos, instituições de relacionar-se. Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997, p. 1) afirmam que quando uma rede de computadores¹ conecta pessoas e organizações, temos uma rede social. As redes sociais digitais possibilitam um dinamismo em que conexões e interseções tomam o lugar do que seria anteriormente linear e assim, novos contornos nas relações sociais são construídos (Brittos e Reckziegel, 2011).

Entre outras particularidades, os laços sociais são possíveis pois a comunicação é multidirecional. Além de uma ligação de um para um, ou do um para muitos, é possível verificar uma ligação de muitos para muitos (Qualman, 2011). Os atores estão situados como nós na rede, e estabelecem ligações entre si de formas multidimensionais Costa (2011).

A partir dessas concepções estudos foram estabelecidos a partir da década de 90, abordando aspectos cruciais da taxonomia das redes. Da importância de como as redes surgem, se organizam, se estruturam, se desenvolvem, se mantêm ou se dissolvem, também se nota a importância dos estímulos basilares que fazem os atores sociais se embrenharem nesses nós do mundo online, isso dado, sobretudo, em função da “qualidade das interações e das trocas sociais estabelecidas entre os atores” (Recuero, 2009, p. 55).

Desse princípio, mais do que a pergunta “como”, nasceu o projeto de estudo que objetivou compreender o “porque” de um público específico, os jovens, classificação ONU, consome mensagens publicitárias nas redes sociais digitais. O contexto que torna tal questão relevante é um processo de transformação das práticas publicitárias que perpassam por “sua reinvenção”.

¹ Numa versão mais atualizada da declaração original, podemos imaginar a mediação de dispositivos eletrônicos, tecnologias móveis em que as redes possibilitam comunicação síncrona ou assíncrona, multidirecional e participativa.

Se nas plataformas analógicas o botão de liga/desliga e o controle remoto dava à audiência a capacidade de escolha sobre sua exposição às mensagens publicitárias, no ambiente online, ela não apenas controla se deseja ou não se expor, mas decide se procura ativamente ou mesmo toma parte da comunicação publicitária, como com o compartilhamento do conteúdo, por exemplo (Dahlen e Rosengren 2016).

Na Web, os anunciantes não mais têm o mesmo controle sobre a visualização dos seus conteúdos propagandísticos quando a sua circulação não é paga (embora esta seja apenas uma possibilidade dentre tantas); e sua disseminação passa a depender do engajamento dos simpatizantes da marca que pode chegar a gerar “borbulho” e a viralização de ações publicitárias atraentes².

A possibilidade de maximização da visualização e circulação da publicidade nas redes sociais de forma gratuita ocorre por exemplo, quando a mensagem possui um enfoque menos restritivo do seu “público-alvo” e engloba uma perspectiva que envolve as ligações estabelecidas com estes, tirando partido das “qualidades das conexões e interseções com os primeiros”.

Assim, a par dos atuais questionamentos sobre o duvidoso “projeto publicitário” nesse ambiente de interseções muitas vezes arbitrárias, que busca a tão restritiva atenção dos usuários das redes sociais, este estudo buscou observar as razões que motivam os jovens a consumirem as mensagens publicitárias circulantes nas redes.

Não é de hoje que a publicidade tem enfrentado a difícil tarefa de falar com quem não quer ver e ouvir. Hoje, aproximadamente 200 milhões de usuários usam, em todo o mundo, softwares de bloqueio de anúncios na web³, mas há quem se exponha e se engaje com esses conteúdos, e quem o faz, o faz porquê? Para responder esta pergunta, realizamos trinta e oito entrevistas em profundidade, em uma investigação indutiva qualitativa abordada pela “Teoria Fundamentada em Dados”⁴.

² Quando os usuários das redes sociais digitais “gostam” ou “seguem” uma marca, eles recebem atualizações da marca na sua página principal. Uma vez que o usuário comente, compartilhe ou “goste” da postagem, um algoritmo da mídia a faz ser visualizada nas páginas das pessoas em sua rede. São as interações com a postagem que aumentam a chance desta circular e ser repostada sucessivamente em rede, a um público mais receptivo e a uma velocidade mais rápida do que as mídias tradicionais, a um custo baixo ou zerado de veiculação. Referências e recomendações dos usuários funcionam como um endosso da satisfação com uma marca tanto quanto a de celebridades, funcionando a disseminação da mensagem publicitária em um esquema de boca-a-boca digital.

³ Ver 2015 global report on ad blocking em <https://pagefair.com/blog/2015/ad-blocking-report>.

⁴ A Abordagem adotada para o empreendimento no estudo proposto é um método qualitativo da investigação social também conhecida como Grounded Theory apresentada inicialmente por Glaser e Strauss, em 1967. Os procedimentos da sua prática contemplam o 1. Envolvimento simultâneo na coleta

Os jovens fonte da investigação são da zona urbana de Lisboa, e foram foco do estudo por serem o grupo mais expressivo exposto à internet em Portugal (94,1%), como constata o relatório OberCom (Inquérito a Sociedade em Rede, 2014, p.05). Também privilegiamos a exposição dos jovens às mensagens publicitárias através das redes sociais digitais pois, segundo o inquérito "Os portugueses e as redes sociais 2015" da Marktest, (Lusa, 2016) quase 40% de todo tempo consumido com a internet é gasto nas redes sociais.

Segundo o inquérito, o Facebook é a rede social digital com maior taxa de penetração no país, com (93,6%), seguido do YouTube (41,4%). Assim estas redes foram privilegiadas no estudo qualitativo, muito embora o entrevistado tivesse liberdade de relatar sua experiência com outras redes que não estas. Para compreender os motivos de exposição aos conteúdos publicitários, questionamos inicialmente as razões de uso das próprias redes sociais. O presente texto apresenta os resultados obtidos dessa primeira experiência e revela as razões motivadoras dos usos das redes sociais digitais.

1. Construção Identitária

A motivação da construção identitária se mostrou robusta pelo reconhecimento do desejo explícito do jovem de deter uma conta ou diversas em mídias digitais que possam ser suporte da sua expressão identitária, quem ele é ou aparenta ser. A ideia geral que motiva o jovem a possuir uma ou mais contas em redes sociais é a possibilidade de registro das performances que modelam “quem é o usuário”.

dos dados e análise; 2. A construção de códigos analíticos e categorias surgidas dos dados e não da lógica preconcebida de hipóteses dedutivas; 3. O uso do método comparativo constante que envolve todas as fases de investigação; 4. O avanço do desenvolvimento teórico durante cada passo da coleta de dados; 5. A escrita de memorandos para elaborar categorias, especificar suas propriedades e relacionamentos, além de ir ao longo da investigação identificando lacunas de conhecimentos; 6. Saturação amostral de dados que garante todas as peças do “quebra-cabeça” da investigação e por fim 7. A condução da revisão de literatura que acontece após o desenvolvimento da análise dos dados. No estudo conduzido foram entrevistados trinta e oito jovens (classificação ONU) que declararam consumir com alguma regularidade, mensagens publicitárias nas redes sociais e que faziam parte de uma amostra intencional estratificada para garantir diversidade interna amostral, adicionalmente ao ponto 6 aqui mencionado. Para esta garantia, foi levado em consideração a classificação socioeconômica do jovem, como também o equilíbrio entre os gêneros dos entrevistados. Assim fizeram parte do estudo dezenove jovens do sexo feminino e dezenove do sexo masculino, oito da classe A, oito da classe B, oito da classe C1, oito da classe C2, seis da classe D. O critério adotado para classificação socioeconômica é o desenvolvido pela Marktest que aplica esse modelo de categorização baseado em variáveis adequadas à captação da realidade portuguesa. O modelo foi desenvolvido mediante a investigação da região nacional e baseado em recomendações da ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research). A coleta de dados ocorreu entre os anos de 2016 e 2017.

Tal performance relaciona-se à atividade de promover postagens estéticas e opinativas, de cunho artístico, cultural, político, social, desportivo, humorístico, religioso, etc. e que representa as crenças e atitudes do usuário. Outras performances como curtir, comentar, repostar, seguir e/ou participar de grupos de discussão específicos, sejam abertos ou fechados, faz parte da visibilidade aos aspectos que o jovem busca promover em suas páginas pessoais.

(...) criamos certa identidade quando voltamo-nos entorno de um interesse compartilhado com um grupo, comento, curto, compartilho postagens que vão ao encontro de quem me representa, do que me expressa (...) todos têm uma conta para mostrar um bocadinho do que tem de melhor (...) e esconder o que possa manchar sua reputação (...)

Outra característica significativa que revela o motivo para manutenção de uma conta pessoal nas redes sociais populares objetivando a expressão de uma “identidade”, é a intensidade de participação no uso da rede, que tanto pode se configurar como “mais ativa”, com atividades que revelam maior capacidade de extroversão, como também, “comedida”, com uma performance mais tímida relacionada à primeira. Esta variante se mostrou reveladora de modos de expressões distintas dentro da categoria, assim, ela será aqui posta a partir desta variável para melhor exposição do seu conceito.

1.1 Estratégia de participação – Devoção

A quantidade de tempo conectado às redes além de intensa, em termos de horas, uma média de oito⁵ durante os dias de semana, devido sobretudo aos aparelhos móveis, revela grande número de atividades registradas nas redes. Quase que todo e qualquer estímulo é fator motivador para que o usuário se manifeste na rede. Essa participação, seja um “curtir”, um comentário ou um compartilhamento, é uma manifestação expressiva para a representação da sua identidade. Tais manifestações são as expressões de apreço, afinidade, aceitação ou não conformidade com os assuntos com o qual o usuário decide lidar: “(...) eu publico muitas coisas minhas, eu gosto bastante de fotografias. Posto mais o meu dia a dia e as pessoas tem um pouquinho mais de acesso a quem eu sou”. “ (...) Desde coisas bobas; onde fui, com quem eu fui, o que comi, até quando mudo de emprego! (...)”.

⁵ Os jovens se referem consultar a todo momento, via telemóvel ou computador, independentemente dos seus compromissos diários.

(...) O Facebook é para partilhar os conteúdos que eu produzo, como nos outros sítios nas redes da qual faço parte, portanto, textos de minha autoria (...) Uso também como formas de expressão como partilhar música, livros que li e gostei, séries, filmes, aliás, estou sempre a partilhar (...).

1.2 Estratégia de participação – Moderação

Em termos de tempo de exposição às redes sociais digitais, não há uma mudança significativa com a subcategoria anterior, o que de fato se configura como distinto, é a predisposição do jovem em interagir com todas as possibilidades de participação que as redes disponibilizam: “(...) Não compartilho muita coisa, eu sou mais de estar a ver do que propriamente dar opiniões, quando obviamente é alguma coisa que me revolta e acho que ultrapassa os limites, tento dar minha opinião, mas não me apetece muito e é raro (...)”. “(...) Claro que curto e compartilho qualquer coisa que goste, mas mais por privacidade, não uso o facebook como uma vitrine de quem eu sou como vejo tanto por ai (...)”. “(...) É muito raro eu comentar as publicações, eu até dou uns *likes*, mas comentar é muito raro (...).

(...) Eu prefiro não postar coisas pessoais para não criar muito “alarido” (barulho). O facebook uso de uma forma mais passiva, discreta, embora fico lá mais tempo, observo o que as pessoas estão a fazer e faço alguns comentários raramente, não me apetece ser tão activa, tenho que me vigiar sobre o que posto em função das redes de pessoas que tenho no meu perfil.

Embora não seja o escopo do texto proporcionar qualquer teorização dos resultados apresentados, é pertinente a reflexão sobre o que move o jovem a desejar construir as representações dos consensos e não conformidades, dos significados das suas crenças e atitudes, dos estilos e características da sua personalidade nas redes sociais digitais.

A afirmação de valores, demonstração das suas afinidades, identificação (ou não) com determinadas personalidades, assuntos, comportamentos, dão visibilidade para a “identidade construída” pelo usuário. Algumas formulações teóricas que permeiam a intrínseca relação entre “comunicação social e identidade” sugerem que esta última

parte de “retalhos de identidades”, pois o que um indivíduo diz ser (ou que é presumido ser segundo terceiros), se constrói com a interação com os outros (Gripsrud, 2002, p.5).

Segundo o autor, é com a socialização do indivíduo e a família, seus pares da escola, trabalho, igreja, de outros espaços de convívio que “nos é dito algo sobre quem somos, e o que é esperado de nós”. Em um ambiente ambivalente como as redes sociais, estes “retalhos” podem ser criados, reforçados, reformulados, sistematizados e repercutidos em registros que tomam direções relativamente bem traçadas pelo usuário em sua conta.

As indicações do que se considera bom ou ruim, adequado ou inapropriado, chato ou divertido, contribui significativamente para a versão do “retrato do jovem” porque sedimenta sua perspectiva. Nesse sentido, a construção da sua identidade se relaciona com a concepção de ideias, valores e práticas que são partilhadas e ganham visibilidade.

2. Vigilância

Também consistente como categoria motivacional para o uso das redes sociais, “vigilância” sintetiza o desejo do jovem de “estar a par dos acontecimentos” seja em âmbito social estendido ou pessoal. O conhecimento dos fatos ou acontecimentos do cotidiano é uma forma de detecção do meio em que se vive. O modo pelo qual isso ocorre é pela simples observação do que é compartilhado e exibido na página inicial do usuário ou nos alimentadores de “novidades” das suas contas.

Adicionalmente, a observação do que é popularmente comentado e mimetizado nas redes, isso porque “ (...) parece que o que há de mais popular é aquilo que será replicado nas redes como o Facebook, e que tu tens mais chance de perceber o que está a acontecer. Assim, eu acompanho o que as pessoas estão a discutir, a se preocupar (...)”.

2.1 Vigilância do Macrocósmos

O sentimento de se estar atualizado com o que ocorre no mundo é a primeira vertente para se vigiar as redes. Grande parte dos jovens entrevistados não consultam no geral, outras fontes de informação que não seja pela via das redes sociais, deixando

assim para suas redes, seus grupos pré-selecionados de interesses sejam os provedores de informação sobre o mundo social que rodeia o usuário:

(...) o Facebook eu uso sobretudo para ver as notícias porque eu não tenho o hábito de ler os jornais, infelizmente, não tenho muito tempo (...) O Diário de Notícias por exemplo, eu vejo pelo Facebook porque logo no feed me aparecem as principais manchetes e eu não sou de procurar além disso.

2.1.1 Estratégia de vigilância compactada / moderada

Um padrão estabelecido no estudo enviesado pelo motivo de vigilância, é a estratégia de empenho na coleta das informações que faz do jovem “antenado” com seu meio. No geral este empenho é pouco aprofundado ou indolente junto aos relatos dos acontecimentos reportados nas redes sociais: “(...) A depender da notícia, eu carrego, mas a maior parte das vezes eu faço apenas um *skroll* e leio apenas a manchete. Se for algo que realmente me interessa, que chama a atenção, que todos comentam, eu clico para ler a matéria (...)”.

Importante pontuar que a estratégia de interação nesta categoria tem seu grau não apenas compactado, mas também moderado em termos de afinidade com a leitura dos materiais e relatos distribuídos nas redes por causa da configuração da associação da própria rede. Os acontecimentos distribuídos têm como fonte, grupos de pessoas, instituições e empresas cujo “nó” foi pré-selecionado pelo usuário, assim as chances da leitura fazer sentido ao usuário é grande, isso, caso não haja o que foi chamado de “avalanche” de informações, mesmo dentro desse sistema de pré-selecionado: “(...) Eu sigo imensas páginas, não só portuguesas como também americanas, são tantas, tantas, que só dá jeito ver aquelas que mostram ter maior repercussão (...)”.

2.2 Vigilância do Microcosmos

O conhecimento dos fatos ou acontecimentos do cotidiano não versa apenas sobre o mundo social estendido, o mundo da esfera pessoal, dos círculos dos grupos diferenciados do conhecimento do usuário também é vigiado. O modo pelo qual isso ocorre também é pela simples observação do que é compartilhado e exibido na página inicial do usuário ou nos alimentadores de “novidades” das suas contas, embora tais novidades possam eventualmente ser buscadas com maior cuidado: “(...) Eu dou os

meus *skrolls* para me atualizar sobre o que os amigos andam a fazer (...)”. “(...) E mesmo enquanto estou a trabalhar vejo as coisas dos grupos pelo Facebook, acabo por estar sempre ligada e actualizada do que acontece (...)”. “(...) Também para ver o que os amigos estão a fazer, porque há várias atualizações que permitem as pessoas saberem o que está a fazer em determinado momento”.

(...) Actualização, quero saber o que acontece com eles, são pessoas que são minhas amigas, não falo todos os dias com eles, mas de alguma forma estou a par da vida deles (...).

2.2.1 Estratégia de vigilância compactada

Se o padrão de interação observado em vigilância do macrocosmo dos jovens nas redes é relativamente indolente quanto aos relatos dos acontecimentos reportados, quando se trata do microcosmo do usuário, ele é ainda mais reduzido. Embora haja muito tempo e ecrãs dedicado às redes, uma vigilância constante sobre essas mídias, o conteúdo de fato tolerado é o menor possível⁶. O Texto é preterido ao vídeo, o vídeo é preterido aos GIFs animados⁷, e estes à imagem estática. O volume de informação a que um jovem é exposto em todas as mídias disponíveis na plataforma online o faz extremamente seletivo quanto ao conteúdo (não necessariamente sobre as mídias), e esse processo se mostra prevacente quanto da capacidade de síntese da informação: “(...) O chato do Face é que se partilha muito texto de coisas que aconteceu, o Instagram é uma informação mais sucinta e agradável pois é quase 100% imagem, ou você gosta ou não gosta (...)”. “(...) Visito mais o Instagram. É uma forma de saber o que as pessoas do meu círculo, amigos fazem. É uma forma mais fácil, rápida das pessoas mostrarem um pouco da sua vida sem falarem muito”.

(...) Com tantas redes sociais eu acho que o Instagram é o mais interessante. Ele tem a especificidade de conter muita informação em uma só imagem. O Facebook há imagens, mas acompanhado de textos, O Instagram cabe falar apenas pela imagem, o que leva a pessoa ser mais seletiva ao postar uma imagem. Assim acho que as pessoas privilegiam informação mais relevante (...).

⁶ Enquanto tendência, claro, há sempre exceções.

⁷ Composto de imagens compactadas em um só arquivo. O formato GIF é utilizado apenas para armazenar ícones e pequenas animações.

A par da estratégia de interação dos jovens com as redes motivada por “vigilância”, a categoria motivacional se configura como uma forma de “estar atento”, de “estar a par” do que acontece com seus pares nas redes ou com o mundo de interesse preferencial ou pré-selecionado por si ou por algoritmos que definem o que o alimentador de notícias irá privilegiar.

3. Interação Social

A categoria motivacional aqui consolidada é conceitualmente distinta da anterior, a medida em que na anterior, o jovem se satisfaz com a observação dos relatos dos acontecimentos do âmbito social alargado e pessoal. Nesta de fato, não é preciso haver qualquer interação entre os interlocutores.

De outra forma, Integração Social se constitui da clara intenção de comunicação entre os membros da rede: “(...) Sinceramente, quando abri minha conta, abri um bocado por moda, mas agora o que me motiva mais a ter o Facebook é mesmo o *chat*. Todos os grupos de amigos estão lá, tudo fica lá registrado, é mais fácil se organizar e economizar dinheiro”. “(...) No Face tenho o grupo da faculdade que é bem ativo, as informações ficam centralizadas ali, tem os eventos em que os amigos combinam de sair, as festas, tu mandas o convite e todos já ficam a saber, é por isso que estou aqui”. “(...) É mais para falar com os amigos, estou constantemente ligado, portanto, utilizo mais o *messenger*, sempre (...)”. “(...) Eu abro meu Facebook no começo do dia já no telemóvel, eu nem tenho o aplicativo, tenho só o *messenger*.

(...) Aqui fico a estar mais em contacto com os colegas da faculdade, para falar, mais do que propriamente para socializar e partilhar coisas. Sou um utilizador muito passivo, não posto nada, só tenho lá minha imagem de perfil para saberem quem é que eu sou (...).

3.1 Estratégia de Interação: Intensa, moderada e mínima

Com suportes intuitivos e ferramentas de comunicação instantânea, as redes têm proporcionado cada vez mais funcionalidades às suas mídias. Uma das mais bem utilizadas pelos jovens são os *chats*, que proporcionam na rede, comunicação fácil e gratuita. Para a categoria de Interação Social, não há padrões determinantes de participação e envolvimento especiais, as estratégias de interação funcionam tanto de

modo intenso; “(...) Eu costumo ficar praticamente o dia todo, desde quando acordo até quando adormeço. Uso para fazer trabalhos, para comunicar com os familiares e amigos. Basicamente para me comunicar com todos para tudo”; moderado: “(...) As redes funcionam para eu falar com minha família que está longe, com amigos que estão em outro país, por exemplo, eu tenho a minha melhor amiga que estuda cá e está a fazer Erasmus, é uma forma de nós falarmos (...) diria que meu acesso é normal, nem deixo de lado, nem me atrapalha nas tarefas da universidade e do trabalho”; quanto mínimo: “ (...) Eu tenho o facebook mais pelo chat, mais para contactar as pessoas da faculdade, nem é mais para por lá a minha vida, é mais para ter um meio de contato com os grupos com os quais me relaciono. Inicialmente foi por causa dos jogos, agora é mais por ser um meio de contacto. E mesmo assim, verifico no máximo uma vez ao dia (...).

Assim, a intenção de comunicação entre os pares que representam os “nós” nas redes é o motivo que constitui esta categoria.

4. Recordação de Memórias

Categoria motivacional simples e objetiva, surge do desejo do jovem usuário das redes usar suas páginas pessoais como “álbuns de recordações”, sejam elas com informações fotográficas, escritas ou fílmicas. O conteúdo tanto pode ser de experiências pessoais de foro íntimo como uma viagem, uma participação em um evento ou uma festa, um momento familiar, um hobby como a produção de objetos artesanais bem como pode verter para outras finalidades como expor trabalhos profissionais como portfólio.

O uso das contas pessoais para este fim tanto pode ter finalidade privada em que somente o usuário e amigos selecionados têm acesso ao seu conteúdo, como também pode ter a finalidade de publicitar um conteúdo profissional a fim de promover o trabalho e o seu produtor, em uma espécie de vitrine: “(...) Eu uso como portfólio dos meus projetos, estou a organizá-lo para expor o que de melhor já produzi. Mesmo porque estou em grupos com pessoas que me interessa que os veja (...)”. “(...) Gosto do Instagram porque é como um álbum que eu tenho de boas recordações que eu quero manter (...)

(...) O Facebook é para partilhar fotografia. É mais um álbum onde eu guardo minhas recordações que me dá fácil acesso à elas (...).

(...) Minha conta no YouTube. é para partilhar alguns vídeos pessoais, são mais para postar as minhas experiências de viagens, e tê-los organizados (...).

Porque não há estratégias de interação especialmente delineadas para esta categoria bem como para as próximas motivações descritas, elas não serão mais evidenciadas. Do mais, como poderá ser visto nas considerações finais, o uso das redes sociais digitais para partilha de arquivos pessoais ou apenas organização dos mesmos como um álbum de memórias, é uma categoria que se mistura com outras nos estudos das redes sociais digitais.

Ora esta prática é vista como parte de “Construção Identitária”, em que a troca ou a simples visualização do que o outro “experiencia”, em termos de como gasta seu tempo (viagens, eventos, amizades etc.), “convive” ou “produz”; faz do sujeito potencialmente consciente de “quem seria quem”; ou, muitas vezes, Entretenimento/Gerenciamento do humor, em que a verificação do álbum das suas memórias nas redes traria momentos de conforto, nostalgia, orgulho, análise, relaxamento, escape etc.

5.Aprendizagem/Aconselhamento

Motivo característico comum para a exposição, consumo dos conteúdos da comunicação social, Aprendizagem/Aconselhamento é uma categoria em que as redes sociais digitais são usadas para aquisição de informações para reforço ou ajuste/adaptação do jovem ao seu meio. Ela se diferencia de “Construção Identitária”, porque nesta, os jovens buscam construir um conhecimento sobre si próprios para os “outros” em suas redes, modelando sua imagem ou representação por meio da exposição das suas opiniões e gostos.

Nessa categoria, entretanto, há uma busca de construção de conhecimento que não é publicitado nas redes. A razão motivadora dos usos das redes é para seu aprimoramento intelectual e aconselhamento comportamental: “(...)No YouTube sigo imensos canais, sobretudo, essas cenas para escola como tutoriais para pesquisar sobre um assunto que preciso”. “(...) Muitas vezes eu vou ao YouTube porque há sempre

gente a explicar um determinado assunto, se eu não sei, o YouTube sabe!”. “(...) Gosto de ver um tuber que fala de desenvolvimento pessoal, ele indica livros, e eu no geral os leio”.

(...) Eu acompanho dicas de beleza, por exemplo tem uma portuguesa que se chama a Maria Vaidosa. Ela vive mostrando conjuntos diferentes de maquiagem, como usar pincéis, cremes, cores, enfim, faz vídeos a dar sua opinião sobre o que acha que é melhor (...). O que seria de mim sem essas dicas (...)

O jovem motivado por Aprendizagem/Aconselhamento, busca, avalia o conhecimento a ser instrumentado tendendo a um processo seletivo empenhado, assim, os conteúdos se devem se mostrar adequados à satisfação das expectativas dos jovens. O resultado do consumo dos conteúdos das redes é então, a obtenção não só de conhecimentos que modelam suas práticas cotidianas, sua conduta no meio social, mas também pode vir a emular, segundo o crivo do seu discernimento, sua aparência e personalidade:

(...) Sigo celebridades, políticos, atletas (...) me interesse por saber mais sobre suas biografias, o que fazem o que é que não fazem, outros eu sigo por sugestão da própria plataforma (...) são pessoas que admiro tenho sempre curiosidade de saber mais sobre a vida pessoal, por exemplo, já me aconteceu, professores que eu gosto, ponho-me a pensar como é que será o traço da história deles, o que é que fizeram para chegar até aqui, a relação com os filhos, o quanto eles serão influenciados por suas ideias (...) eu tento me espelhar naquilo que acho valoroso.

A busca de referências de personalidades que parece encantador aos jovens é parte de um processo de “aconselhamento”, de reflexão da representação dos relacionamentos, das características dos personagens admirados, das tendências de valores, atitudes e comportamentos. Com tais informações, o jovem reflete, avalia quem ele é, quer ou pode ser, forma sua opinião, reforça ou ajusta/altera suas atitudes, estilos ou conduta em situações reais cotidianas.

A proposição inicial que torna sólida esta categoria motivacional é a busca dos jovens nas redes de Aprendizado/Aconselhamento para resolução de problemas ou tomada de decisões, seja para qualquer direção sugestivamente dos conteúdos que pareça plausível aos jovens.

6. Entretenimento/ Gerenciamento do Humor

Um clássico dos motivos pelos quais os jovens se expõem ou usam as redes sociais digitais é entretenimento, mas qual é o seu significado em termos globais? Embora este conceito seja melhor colocado no texto sobre os motivos para o consumo da mensagem publicitária nas redes, colocamos adiante sua síntese.

Zillmann (1985, p.228) diz que materiais de entretenimento possibilitam considerável excitação⁸ através de estímulos como os do suspense, do mistério, da ação e do humor, manifestando-se no “domínio simpático do sistema nervoso automático, entre outras coisas, e produz reações afetivas”.

Isso significa saber que ao buscar se entreter, o jovem busca emular estados emocionais ou de excitação no momento do consumo dos conteúdos das redes. Entretenimento é designado pelos entrevistados como brincadeira, escape, relaxamento, prazer estético, jogo, divertimento, riso, passatempo, alívio de tensão ou tédio. Todos estes e outros estados de humor ou sentimentos são reações afetivas obtidas com o consumo de conteúdos que contêm os estímulos certos para desencadear as reações mencionadas.

Abordada teoricamente, podemos compreender entretenimento como “Gerenciamento do Humor”, porque é a busca do jovem por qualquer estímulo que o ajude a manter ou transmutar seu estado de humor ou ânimo, ou ainda de excitação, considerado desejado quando usa as redes sociais: “(...) Quando estou aborrecida, meu trabalho está muito chato, eu quero ver coisas bonitas, preciso de imagens bonitas, e é tão fácil chegar nessas redes e fazer um skroll (...)”. “(...) Pronto vejo tudo e mais alguma coisa no YouTube, principalmente jogos. Devo ter umas duzentas subscrições”. “(...) No YouTube eu oiço música para estudar, portanto devo estar umas seis horas por dia. (...) sem música não consigo embalar os estudos, é o que me ajuda a concentrar”. “(...) Facebook, Instagram, eu me entretenho. Uso muito a ferramenta de busca em que encontro imagens e informações muito inusitadas (...)”. “(...) o Facebook para mim significa jogos”.

⁸ O material que entretém pode produzir considerável excitação nos seus receptores. Sua denominação designa-se a uma força unitária que energiza ou intensifica as manifestações corticais e autonômicas (estimulando em destaque, reações afetivas) iniciando, neutralizando ou alterando os estados de humor do receptor (Zillmann, 1991, p. 104-105).

(...) Hum o Instagram (...) eu acho que no fundo é uma espécie de escape para ver coisas bonitas, para ver pessoas com quem me identifico, coisas que essas pessoas fazem, também pela própria estética das coisas que vejo. São uns minutinhos de descanso para cabeça.

(...) Eu deixo o YouTube o dia inteiro ligado. Oiço música para tudo, para me animar se preciso trabalhar, música suave para me relaxar se o trabalho está estressante, música resolve minha vida. Normalmente eu acesso músicas que estão na “berra”, bem como outras que já fazem parte da minha *playlist* (...).

A atratividade dos conteúdos assim, se conecta com as chances deles ajudarem os jovens a manter ou alterar seu estado de humor inicial apresentado quando procuram nas redes o conteúdo capaz de tal mobilização. Como ratificado neste estudo, aborrecidos e entediados, por exemplo, acabam por se expor aos conteúdos que alteram suas disposições iniciais para um estado mais intenso, com a busca de conteúdos de ação, aventura, animação, comédia, espionagem, terror e suspense ou qualquer outro estímulo que subjetivamente proporcione fuga do seu estado de humor inicial.

Do contrário, a recíproca é verdadeira. No geral, estressados e nervosos tendem a buscar materiais cujos estímulos sejam subjetivamente calmantes e relaxantes, para tanto é claro, eles precisam envolver o jovem e levá-lo para outro patamar de excitação, assim, a escolha dos conteúdos capazes de alteração ou manutenção dos seus estados iniciais dependem tanto do estado inicial de excitação do jovem quanto de envolvimento e capacidade de “entretenimento” do conteúdo.

7. Variáveis não mutuamente excludentes: motivos e estratégias multiecrãs

A par das principais razões que enriquecem nosso conhecimento sobre o que move os jovens a se dedicarem às redes sociais digitais, duas observações precisam ser registradas. A primeira é que os motivos e os usos realizados das redes não são mutuamente excludentes, eles se sobrepõem e se entrecruzam. A interpretação aqui dimensionada nada mais é do que o desmanche das camadas de informação que os entrevistados nos propuseram e que permite ao leitor, uma compreensão mais clara dos “porques” do uso das redes e de algumas estratégias de interação com estas mídias, alguns “de que modo a coisa acontece”.

Também, como um estudo indutivo qualitativo que propõe um retrato provisório da realidade, gostaríamos de colocar uma última estratégia de interação com as mídias que têm em conta os suportes pelos quais estas últimas são acessadas. Muito embora estes relacionamentos não tenham tido destaque em termos de frequência, sobretudo devido aos ambientes aos quais os jovens estão circunscritos na maior parte do seu tempo diário, faculdade, ambiente de trabalho, desportivo, religioso; em ambientes informais (casa), a utilização de multitelas pareceu naturalizados aos jovens:

(...) Já não vejo televisão porque não gosto de ficar a fazer *zapping* ou ir a agenda de cada canal, eu gostaria de que aquilo que me interessa aparecesse logo de imediato. Eu sinto perda de tempo nisso, por isso que eu prefiro o computador, *tablet* e telemóvel. (...) e eu costumo utilizar os aparelhos simultaneamente (...).

Tais estratégias apenas ratificam um processo extremamente seletivo, justaposto, e até mesmo antagonístico da busca e aquisição de conteúdos que possibilitam o entretenimento, a informação e o conhecimento, a representação identitária, a interação social, o registro da memória e a vigilância do meio em que se vive.

Considerações Finais

Construção Identitária; Vigilância; Interação Social; Recordação de Memórias; Aprendizagem/Aconselhamento e Entretenimento/Gerenciamento do Humor foram as motivações mais consistentes encontradas para que os jovens portugueses usem as redes sociais digitais. Esses achados são endossados por vinte e dois estudos que de alguma maneira centralizaram nas investigações, as redes sociais e as gratificações buscadas/ obtidas por seus usuários. Os estudos abaixo mencionados foram selecionados em uma revisão de literatura sem determinação de períodos⁹ que excluiu qualquer assunto adjacente ao aqui focado – Usos e gratificações e redes sociais. No quadro abaixo pode-se observar as motivações encontradas, estas com os termos ajustados para àqueles adotados neste estudo para fins de melhor compreensão conceitual.

⁹ Bases de Dados Portal CAPES, ProQuest e B-ON.

Tabela 1. Usos e Gratificações das Redes Sociais 2008-2017

AUTOR(ES) E ANO	ENFOQUE	MOTIVOS, USOS E GRATIFICAÇÕES
Raacke, e Bonds-Raacke, 2008	MySpace e Facebook	Interação Social, Vigilância, Aprendizado/Aconselhamento, Construção Identitária.
Park, Kee, e Valenzuela, 2009	Facebook	Entretenimento, Integração social, Construção Identitária, Vigilância.
Zhao, e Rosson 2009	Twitter	Interação Social, Construção Identitária, Aprendizado/Aconselhamento, Gerenciamento do Humor,
Johnson e Yang, 2009	Twitter	Vigilância, Aprendizado/Aconselhamento, Conhecer novas pessoas, Entretenimento, Interação Social, Construção Identitária.
Shao, 2009	YouTube, MySpace e similares	Aprendizagem/Aconselhamento, Entretenimento/Gerenciamento do Humor, Integração Social.
Quan-Haase e Young, 2010	Facebook/ Mensagem Instantânea	Passatempo, Interação Social, Compartilhamento de informações/Afeição, Moda.
Dunne, Lawlor e Rowley, 2010	Bebo	Entretenimento, Construção Identitária, Interação social, Vigilância.
Gülner, Balci e Çakır, 2010	YouTube, Facebook e Redes similares	Construção identitária, Vigilância, Interação Social, Aprendizagem/Aconselhamento, Entretenimento.
Papacharissi e Mendelson, 2011	Facebook	Entretenimento/Gerenciamento do Humor, Construção Identitária, Vigilância, Interação Social.
Alhabash et al., 2012	Facebook	Construção Identitária e Vigilância.
Whiting e Williams, 2013	Redes Sociais	Aprendizado/Aconselhamento, Entretenimento, Relaxamento, Passatempo, Interação social, Construção Identitária, Vigilância, Conveniência.
Leung, 2013	Redes Sociais	Aprendizagem/Aconselhamento, Entretenimento, Interação Social, Construção Identitária.
Pai e Arnott, 2013	Facebook	Entretenimento, Construção Identitária, Interação social.
Al-Jabri, Sohail, e Ndubisi, 2015	Twitter	Entretenimento, Interação social, Construção Identitária.
Sharma e Verma, 2015	Redes Sociais	Interação Social, Entretenimento, Construção Identitária.
Florenthal, 2015	LinkedIn	Interação Social, Construção Identitária, Vigilância.
Qin e Feng, 2016	Redes Sociais Renren e Weibo	Vigilância, Entretenimento, Interação Social, Construção Identitária.
Kaya e Bicen, 2016	Facebook	Interação Social, Vigilância, Entretenimento.
Ifinedo, 2016	Redes Sociais	Construção Identitária, Entretenimento, Interação Social.
Gan, 2017	Redes Sociais WEChat	Entretenimento, Integração Social, Vigilância.
Bulut e Dogan 2017	Redes Sociais	Construção Identitária, Aprendizado/Aconselhamento, Interação Social, Integração Social, Entretenimento.
Khan, 2017	YouTube	Entretenimento, Interação Social, Aprendizado/Aconselhamento.

Com exceção de Recordação de Memórias, todos os outros conceitos motivacionais foram reforçados por estes estudos. Este motivo em específico, se encontrou embarassado em outros conceitos muitas vezes repetidos, pois, os estudos em sua maioria partiam de análises estatísticas com uma pré-seleção categórica de valores motivacionais que não continham tal hipótese deliberadamente, muito embora pudesse ser visto enviesado em outros termos distintos.

Alguma congruência entre os resultados aqui apresentados e os motivos encontrados no estudo sobre as mensagens publicitárias circulantes nas redes sociais foi passível de ser observada. Para a exposição das mensagens publicitárias, categorizamos os motivos de A. Informação/Vigilância B. Entretenimento/Gerenciamento do Humor e C. Integração Pessoal, que se mostra muito aproximado do motivo Aprendizado/Aconselhamento.

Já era esperado por nós alguma semelhança entre as gratificações, embora também esperávamos que seu número ou variedade fosse bem menor já que as redes podem proporcionar uma experiência mais rica e variada para seu usuário. A máxima generalização possível de cada categoria visou preservar nesse estudo, suas distinções conceituais, o que pode contribuir para estudos futuros, com novas escalas de valores motivacionais.

Este comentário se deve a observação de que nos estudos observados, as escalas motivacionais utilizadas se mostram viciadas (frequentemente utilizadas na maioria das investigações) e com princípios temáticos desarmoniosos. Por exemplo, Whiting e Williams (2013) trabalham com uma escala temática de sete motivações, e não convencem argumentativamente sobre a sua conveniência/qualidade. Eles falam em (1) interação social; (2) procura de informação; (3) passatempo; (4) entretenimento; (5) relaxamento; (6) utilidade comunicacional; e (7) conveniência.

Passatempo, relaxamento e entretenimento são conceitos muito similares que pertencem à mesma família; Gerenciamento do Humor (FERREIRA, 2015). Interação social e Utilidade comunicacional são postas como distintas sem argumentação que sustente tal hipótese, e Conveniência no estudo pareceu confundir-se com as próprias funcionalidades das redes. Sem uma escala motivacional devidamente harmonizada e bem construída qualquer estudo qualitativo ou quantitativo, intensivo ou extensivo, terá seus resultados colocados em cheque. O entendimento conceitual do que move as

pessoas a empenhar-se em qualquer atividade é fundamental para o desenvolvimento da pesquisa nas ciências sociais aplicadas.

Por fim, é importante colocar que o exponencial crescimento dos usos das redes sociais digitais evidencia a importância das interações e das trocas sociais estabelecidas entre os seus usuários. Compreender o “como” e fundamentalmente o “porque” dessas práticas, integra os resultados desse estudo a um quadro de pesquisas que consolida a tradição dos “Usos e Gratificações” bem como investigações da sociopsicologia. Tais resultados podem ser ponto de partida de investigações sistemáticas dos apelos, dos usos, das estratégias, das interpretações, da tipologia de envolvimento e dos efeitos que as redes podem proporcionar aos seus usuários.

Tendo em vista que o estudo apresenta um quadro das motivações para o uso das redes sociais digitais, registramos aqui que este é apenas um retrato provisório do fenômeno estudado. A presente investigação embora fundamentada rigorosamente em uma abordagem de notável adesão (Teoria Fundamentada em Dados), teve como finalidade explorar as variáveis envolvidas nos usos das redes sociais, não pretendendo por fim, dar conta de toda a sua especificidade.

Referências Bibliográficas

Alhabash, S., Park, H., Kononova, A., Chiang, Y. H., and Wise, K. 2012. Exploring the motivations of Facebook use in Taiwan. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), pp.304-311.

Al-jabri, I. M., Sohail, M. S., and Ndubisi, N. O. 2015. Understanding the usage of global social networking sites by Arabs through the lens of uses and gratifications theory. *Journal of Service Management*, 26(4), pp.662-680.

Brittos, V. C. and Reckziegel, M. 2011. O poder de comunicação das redes sociais. *Observatório da Imprensa*. Ano 15, n. 672. [pdf] Available at: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed672o-poder-decomunicacao-das-redes-sociais/>> [Accessed 2 February 2017].

Bulut, Z. A. and Dogan O. 2017. The ABCD typology: Profile and motivations of Turkish social network. *Computers in Human Behavior*, 67, pp.73-83.

Costa, R. 2011. Os afetos de rede: individualismo conectado ou interconexão do coletivo? *Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v.4, n. 1, p. 5-19. [pdf] Available at:<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wpcontent/uploads/2015/01/02_IARA_vo14_n1_Dossie.pdf.> [Accessed 31 January 2017].

Dahlen, M and Rosengren, S. 2016. If advertising won't die, what will it be? Toward a working definition of Advertising. *Journal of Advertising*, 45(3), pp.334–345.

Dunne, Á.; Lawlor, M.-A., and Rowley, J. 2010. Young people's use of online social networking sites—a uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(1), pp.46–58.

Ferreira, R. M. C. 2015. *Telenovelas Brasileiras e Portuguesas: padrões de audiência e consumo*. Aracaju: Edise.

Florenthal, B. 2015. Applying uses and gratifications theory to students' LinkedIn usage. *Young Consumers*, Vol. 16(1), pp.17–35.

Gan, C. 2017. Understanding We Chat users' liking behavior: An empirical study in China *Computers in Human Behavior*, 68, pp.30-39.

Garton, L.; Haythornthwaite, C. and Wellman, B. 1997. Studying online social networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(1). [pdf] Available at: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x/full>> [Accessed 20 February 2017].

Gripsrud, J. 2002. *Understanding Media Culture*. London: Arnold eds.

Ifinedo, P. 2016. Applying uses and gratifications theory and social influence processes to understand students' pervasive adoption of social networking sites: Perspectives from the Americas. *International Journal of Information Management*, 36, pp.192–206.

Inquérito a Sociedade em Rede 2014. A Internet em Portugal. Publicações Obercom, 2014. [pdf] Available at: <<http://www.obercom.pt/content/117.cp3>> [Accessed 22 February 2017].

Johnson, P. R. and Yang, S. 2009. *Uses and gratifications of Twitter: An examination of user motives and satisfaction of Twitter use*. Paper presented in Communication Technology Division of the Annual Convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Boston, MA.

Kaya, T. and Bicen, H. 2016. The effects of social media on students' behavior; Facebook as a case study. *Computers in Human Behavior*, 59, pp.374-379.

Khan, M. L. 2017. Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, p.236-247.

Lusa. 2016. Uso das redes sociais em Portugal triplicou em sete anos: O Facebook é a rede social com maior taxa de penetração em Portugal, com 93,6%, seguido do YouTube, Google +, LinkedIn, Instagram e Twitter, segundo o estudo da Marktest. 29/06/2016. *Jornal Público*. [e-journal] <http://p3.publico.pt/actualidade/sociedade/20929/uso-das-redes-sociais-em-portugal-triplicou-em-sete-anos>.

Leung, L. 2013. Generational differences in content generation in social media: The roles of the gratifications sought and of narcissism. *Computers in Human Behavior*, 29(3), pp.997–1006.

Pai, P. and Arnott, D. C. 2013. User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means–end approach. *Computers in Human Behavior*, 29(3), pp.1039–1053.

Papacharissi, Z. and Mendelson, A. 2011. *Toward a new(er) sociability: uses, gratifications and social capital on Facebook*. In: Papathanassopoulos, S. (Ed.), *Media Perspectives for the 21st Century*. Routledge, New York, pp.212–230.

Park, N., Kee, K. F. and Valenzuela, S. 2009. Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology and Behavior*, 12(6), pp.729–733.

Qualman, E. 2011. *Socialnomics: como as mídias sociais estão transformando a forma como vivemos e fazemos negócios*. São Paulo: Editora Saraiva.

Quan-haase, A. and Young, A. L. 2010. Uses and gratifications of social media: a comparison of Facebook and instant messaging. *Bull. Sci. Technol. Soc.* 30, pp.350–361.

Qin, G. and Feng, C. 2016. Branding with social media: User gratifications, usage patterns, and brand message content. strategies, - *Computers in Human Behavior*, 63, pp. 868–890.

Raacke, J. and Bonds-raacke, J. 2008. MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(2), pp.169–174.

Recuero, R. C. 2009. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Salina.

Shao, G. 2009. Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), pp.7–25.

Sharma, R. and Verma, R. 2015. Social networkers' motivation to use online social networking sites: Implications for leveraging digital marketing. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(5), pp.1159-1171.

Whiting, A. and Williams, D. 2013. Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research*, 16(4), pp.362–369.

Zhao, D. and Rosson, M. B. 2009. *How and why people Twitter: The role that micro-blogging plays in informal communication at work*. In Proceedings of the ACM 2009 international conference on supporting group work. pp. 243–252.

Zillmann, D. 1985. The Experimental Exploration of Gratifications from Media Entertainment. In: Rosegren, E.; Wenner, L. and Palmgreen, P. (Eds.) *Media Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications, pp. 225-239.

Zillmann, D. 1991. Television Viewing and Physiological Arousal. In: Bryant, J. and Zillmann D. (Eds.) *Responding to the Screen: reception and reaction processes*. New Jersey: Lawrence Publishers, pp.103-134.

O PODER DA COMUNICAÇÃO E A ESPERANÇA: REIVINDICAÇÕES SOCIAIS E A RESSIGNIFICAÇÃO DO ENUNCIADO PUBLICITÁRIO

SAMARA SANCHES BROCHADO
FIAM FAAM Centro Universitário
samara.brochado@fiamfaam.br

Resumo

Nas redes sociais virtuais há um movimento discursivo de alguns agentes sociais inseridos nestas plataformas que reivindicam uma comunicação mais inclusiva dos grupos sócio-acêntricos nos enunciados publicitários. Este artigo se propõe a verificar como se dá a interação entre estes agentes sociais, especificamente mulheres e suas marcas de consumo, com base teórica na bibliografia de Castells (2013, 2015), considerando as suas solicitações de ressignificações conforme as demandas sociais. Tais análises são aplicadas aos enunciados publicitários com o objetivo de esclarecer como isso tem alterado a comunicação da marca com seus consumidores. Para este fim, faremos um estudo das publicidades da marca Skol veiculadas entre Janeiro e Fevereiro de 2015 e posteriormente as veiculadas em 2017, que estão com posturas discursivas que atendem estas novas demandas sociais nos seus enunciados publicitários.

Palavras-chave: publicidade e novas tecnologias; movimentos sociais; cultura; diversidade; ressignificação publicitária.

Abstract

In the social media there is a discursive movement of some social agents, inserted in these platforms that demand a more inclusive communication of these social-accentric groups in the advertising statements. This article proposes to verify how the interaction between these social agents, specifically women and their brands consumption, based on the Castells' bibliography (2013, 2015), considering their requests for resignifications according to social demands. Such analyzes are applied to advertising statements with the purpose of clarifying how this has changed the communication of the brand with its consumers. To this end, we will make a study of the Skol brand advertisements published between January and February 2015 and then the those published in 2017, which have discursive positions that meet these new social demands in their advertising statements.

Keywords: advertising and new technologies; social movements; culture; diversity; advertising resignation.

Introdução

A publicidade ao apresentar um produto ao público, não apenas mostra o produto em si, mas em suas campanhas também nos propõem idealizações, padrões sejam comportamentais, ideológicos e de convivência social. Cotidianamente recebemos, através destas, a representação de específicos grupos de referências, idealizações de composição familiar, modelos das formas de relacionamento humano, dos meios e modos de nos entretermos, portanto, a publicidade nos oferece, intrinsecamente, para além dos seus produtos de consumo, serviços ou marcas, que estão inseridos no enunciado publicitário, estilos de vida, padrões de atuação na sociedade, status social, através até da aquisição do próprio produto anunciado e visão de mundo.

Esta atividade profissional ou área da comunicação social, pode ser considerada parte da cultura de uma sociedade, uma vez que apresenta valores socioculturais embutidos em seus enunciados e, desse modo, não fica apenas no notificar de algo; logo o processo comunicativo publicitário, que usa como suporte de mediação os meios de comunicação de massa, apresentam ao indivíduo não apenas os seus produtos, mas ofertas de mundos sociais padronizados, sugestionando padrões estabelecidos, trabalhando relações de poder, justamente por procurar uma otimização de um enunciado por via da estereotipização, dentro de um espaço limitado que possuem nos meios que dispõem para a publicitação de sua mensagem.

Não obstante, num movimento antagônico estão determinados agentes sociais que discutem esta normatividade e padronização discursiva publicitária. Com a liberdade expressiva que a internet possibilita, essas vozes, indignadas por uma não representatividade da dimensão social da população, unem-se nas redes sociais virtuais e através destas, formam movimentos sociais, ultrapassam o universo cibernético, vão às ruas reivindicar alterações nos enunciados publicitários, procurando uma melhor diversidade e representatividade.

Para a apresentação de tal dinâmica, este presente artigo preocupar-se-á em realizar uma análise comparativa entre duas campanhas publicitárias da marca de cerveja Skol, ambas veiculadas no mesmo período do ano, para as festividades do

Carnaval. Primeiramente, sob o mote central "Aceitar os convites da vida e aproveitar os bons momentos" foi publicitada no ano de 2015 e apresentaremos o enunciado publicitado e as reações de mulheres relativamente a esta campanha. Seguidamente, faremos uma análise da campanha que fora veiculada entre Janeiro e Fevereiro de 2017 sob o mote "Carnaval para Todos", e por conseguinte, efetuar uma análise comparativa dos dois enunciados publicitários, como houve a alteração discursiva e da representação estética deste grupo sócio-acêntrico nas duas campanhas e as questões que suscitaram a marca a realizar tais alterações discursivas neste espaço temporal.

Mulheres, objetos engarrafados e à venda

As mulheres no Brasil representam 50,65% da população (IBGE, 2013)¹, já em Portugal a representação fica em 52,22% (INE, 2011). Posto desta forma, estes percentuais representam a maioria populacional, logo, ao utilizarmos um discurso onde identifica-se mulheres como um grupo minoritário, ou ainda designarmos como minoria ou congêneres, cometeríamos um equívoco semântico. No intuito de determinar uma adequada forma de especificar uma parcela da população que, numericamente é maior, mas que mesmo assim é desprivilegiada de representação social, foi adotado para este trabalho a expressão sócio-acêntrico, pois segundo Alexino Ferreira (2012, p.2) o termo:

"tem o sentido conceitual de segmentos sociais, étnicos e de gênero, dentre outros, que, independente da quantidade, têm pouca representação social, política e econômica (inserção no mercado de trabalho, ocupação de cargos de poder e outros) e tem como equivalentes históricos as expressões 'minorias', 'grupos minoritários' ou 'grupos minorizados'".

O autor ainda pontua em seu texto que, quando se procura nomear corretamente os segmentos sócio-acêntricos, estes grupos passam da condição de coisa para a condição de cidadãos (idem, 2012). No instante que designamos incorretamente um determinado grupo da sociedade, podemos cometer o equívoco de condicioná-los a uma situação de coisa, o que dizer então se trabalharmos um enunciado publicitário onde o

¹ O último censo obtido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística foi realizado em 2013, contudo o site apresenta uma metodologia de cálculo de projeção populacional e o valor apresentado é da projeção do cálculo populacional de mulheres para o ano de 2017.

próprio corpo da mulher, por exemplo, é o produto objetificado, posto à venda nas campanhas como parte do processo de anúncio do produto publicitado?

A publicidade influencia no processo de consumo, contudo não apenas no aspecto de aquisição dos produtos, bens ou serviços que as marcas anuncia, mas como trabalha com enunciados onde os discursos procuram padronizar representações da sociedade, neste apresentar de comportamentos e estilos de vida, ela instiga uma necessidade de pertencimento a estes valores socioculturais veiculados nos anúncios publicitários. Nesta linha de pensamento, o antropólogo Édison Gastaldo (2013, p.22) aponta que:

"se por um lado esse procedimento auxilia as peças publicitárias a cumprirem seu objetivo imediato, por outro, colabora para a reafirmação do texto preexistente, cumprindo uma função eminentemente conservadora, colaborando na manutenção de relações desiguais de poder."

Ao categorizar a sociedade em grupos, a publicidade apresenta apenas específicos padrões de representações e excluem da representação social determinados grupos sócio-acêntricos que não foram apresentados no enunciado publicitário, principalmente quando estes estão alicerçados em valores que reforçam o discurso de uma sociedade patriarcal e quando não excluídos, a publicidade naturaliza ou relativiza determinados discursos apoiados nessas relações de poder construídas em sociedade.

Sendo assim, ao colocarmos as mulheres dentro de uma determinada representação social, ideologicamente representada, a publicidade, persuadirá e influenciará a sociedade a 'comprar' este padrão da mulher, para além do produto anunciado na mesma peça publicitária, deste modo, não apenas o produto foi colocado à venda, bem como os ideais comportamentais e/ou estéticos da mulher passa a ser também objeto de venda na mesma peça publicitária. Nesta linha, o antropólogo continua seu alinhamento afirmando que a publicidade é de longa data ideologicamente conservadora e complementa "ousa-se tudo na publicidade, exceto perder dinheiro e espaço no mercado por um anúncio equivocado." (GASTALDO, 2013, p.22) e, a perpetuação desta apresentação das mulheres, só mantém a publicidade como uma área da comunicação que não se propõe a discutir ou redefinir essa relação de poder.

Ao analisarmos as publicidades do segmento de cervejas ao longo de sua história, esta coisificação da mulher é notória, onde tanto o enunciado quanto o

conteúdo estético, coisificam as mulheres por via de seus corpos, subjugam-na à condição de objeto decorativo da peça publicitária e do produto a ser efetivamente oferecido, para além do efetivo produto que está no enunciado. Quando a publicidade utiliza da coisificação de um grupo sócio-acêntrico no âmbito de explorar a venda de um produto, como realiza no segmento cervejeiro a exemplo, esta somente reforça o discurso de uma sociedade patriarcal que há no Brasil e inclusivamente em Portugal e infelizmente nada colabora no sentido de explorar criativamente o seu próprio propósito mercadológico como meio de inclusão ou ainda de discussão de tais temas na peça publicitária, mesmo quando maioritariamente o público alvo do produto anunciado pode ser este grupo.

Segundo McCracken (2010) quando discursa sobre o “movimento de significado” determinados valores culturais são transferidos para os bens de consumo e a publicidade tem um papel muito importante neste processo, já que tem a função de fundir estes valores do mundo a um bem de consumo e, o consumidor ao adquirir tal produto, passa a contrair os valores subjacentes que foram construídos culturalmente por aquela determinada sociedade. Já Gastaldo (2013) ao dissertar sobre a "relação de representação", disserta que a representação social que as publicidades veiculam em seus campanhas desempenham um papel importante na relação que há entre sociedade e publicidade e dentro desta perspectiva os sujeitos sociais possuem uma relação com o mundo através de uma tríade de representações, que seriam mental, pública e cultural. Dentro das questões das representações culturais, o autor aponta que para uma representação se tornar "cultural" perpassa pelas representações mental e pública e necessita de representações midiáticas, logo, a publicidade promove este papel por tornar-se "a extensão de sua distribuição junto à sociedade" (idem, p. 21). Para conquistar a parcela da sociedade que a publicidade quer atingir (público-alvo), o profissional da publicidade procurará transformar esta representação cultural numa mensagem rápida, que tentará representar simbolicamente este público-alvo de modo que seja uma mensagem duradoura e pertinente ao grupo social, logo, a mensagem normalmente trabalhará conceitos sociológicos já estabelecidos na sociedade. Por este motivo, a publicidade utiliza de discursos normativos e a partir desta perspectiva de representação discursiva que vemos mulheres coisificadas, pois historicamente em nossa sociedade é o que estes sujeitos sociais sempre foram.

Mulheres: indignadas e organizadas em rede sociais virtuais

A organização de movimentos sociais não é algo recente, a organização destes grupos sociais iniciam-se na década de sessenta do século XVIII. Charles Tilly (2010) contextualiza isso muito bem quando analisa em seu livro sobre os movimentos sociais, desde seu início em 1768 até os dias atuais onde fazemos uso de plataformas digitais, que agregam pessoas, que formam redes sociais, só que virtuais. Tilly analisa profundamente as questões dos movimentos sociais e explica que tais movimentos existiam mesmo antes dos meios de comunicação de massa e que as demandas sociais já eram bastante diversas desde o início destes encontros. O autor ainda pontua que esta difusão, através dos meios de comunicação de massa, permitiram alcançar um número de adeptos potenciais à causa e assim ampliaram o poder destes movimentos sociais bem como a sua exposição e o grau de importância destes para a melhoria do valor, unidade, número e compromisso que, durante toda a sua obra, o autor utiliza do acrônimo WUNC (*worthiness, unity, numbers and commitment*).

"el cambio y la expansión experimentadas en el siglo XX por los medios de comunicación ofrecieron a los movimientos sociales una ventana al mundo y un sinfín de oportunidades sin precedentes. La radio, la televisión, la mensajería electrónica, los sondeos de opinión y la proliferación de periódicos de alcance mundial provocaron una serie de cambios en las campañas, las actuaciones del movimiento social y las demostraciones de WUNC".² (TILLY, 2010, p. 170)

Ao realizar uma explanação, Tilly (p. 23) aponta que a expressão WUNC seria *"las nociones de valor, unidad, número y compromiso: Ciudados Unidos por la Justicia, Signatarios de la Promesa, Defensores de la Constitución"*³ e coloca que a forma de linguagem que deve ser realizada para o público deve ser a que estes estão mais familiarizados e que varia muito dentro do contexto que estes estão inseridos. Reunião de assinaturas ou pessoas, encontros de mães, resistência à intempéries,

² "a mudança e a expansão experimentadas no século XX pelos meios de comunicação ofereceram aos movimentos sociais uma janela ao mundo e um universo de oportunidades sem precedentes. O rádio, a televisão, as mensagens eletrônicas, as pesquisas de opinião e a proliferação de jornais de alcance mundial provocaram uma série de alterações das campanhas, das atuações do movimento social e das demonstrações de WUNC." (tradução da autora).

³ "as noções de valor, unidade, número e compromisso: Cidadãos Unidos pela Justiça, Signatários da Promessa, Defensores da Constituição". (tradução da autora).

sacrifícios diante alguma manifestação, adesões em massa, desfiles, insígnias que identifiquem um grupo. Estas seriam algumas formas de linguagem para que os movimentos tivessem alguma identidade, alguma unidade, contudo, desde seu início, os movimentos sociais nunca foram somente atuações individuais, mas também ações interativas. Diante destas questões do WUNC e ao analisar historicamente com foco as articulações de mulheres, podemos rememorar as ações das sufragistas, que no século XX, através de suas articulações, movimentos sociais, greves, conquistam o direito ao voto.

Quando cidadãos se articulam por justiça, estão em busca de componentes que atuam na solução de problemas de suas vidas, podendo ter problemas diversos como pontos de partida, mas sobretudo o que as pessoas querem é ser felizes. Castells (2015) aponta isso quando articula sobre a construção autônoma neste mundo cibernético. Ao discursar sobre uma pesquisa de mercado, ele afirma que a real preocupação das pessoas é com a felicidade e que o uso da internet parece que está a vir à promovê-la, além do fato de causar o efeito de empoderá-las, principalmente para a população de baixa renda, com poucas qualificações e que estão localizadas nos países em desenvolvimento e, principalmente, para as mulheres. Esta atenção à população feminina dá-se ao fato de que atualmente uma grande parcela das famílias possuem como chefe de família a mulher como elemento central e a internet ajuda-as na organização familiar, além da superação do isolamento, principalmente em sociedades onde o patriarcado é predominante.

Com as redes sociais virtuais estas plataformas passam não apenas a agregar as pessoas no espaço da internet, mas as marcas também as utiliza para se comunicar com esta população, há uma produção, distribuição e disseminação cultural neste espaço, como também há o ativismo sociopolítico, sendo que este, obviamente, é realizado pelos agentes sociais inseridos nestas redes sociais na internet. A vida virtual e real não são contraditórias ou separadas, como o autor informa "na verdade, trata-se de uma virtualidade real, uma vez que práticas sociais, compartilhamentos, combinações e vida em sociedade são facilitadas na virtualidade, naquilo que conceituei como o espaço dos fluxos" (idem, p. 41).

As redes de indignação que vieram do 'Não de Casa' até a esperança de um 'Carnaval Para Todos'

Para o carnaval de 2015 a marca brasileira de cerveja Skol desenvolveu para mobiliário urbano de abrigo de autocarros, uma campanha publicitária sob o mote criativo "Aceitar os convites da vida e aproveitar os bons momentos". Dentre as peças publicitárias desenvolvidas, houve cartazes com dizeres "Topo antes de saber a pergunta" e "Esqueci o não em casa". Indignadas com os dizeres da campanha que viram nas ruas, a publicitária Pri Ferrari (2015) e a jornalista Mila Alves realizaram uma intervenção, com fita adesiva, em um destes painéis de abrigos de autocarros (Figura 1), acrescentando a frase "e trouxe o nunca" ao cartaz que possuía o enunciado "Esqueci o não em casa". Após a intervenção no cartaz, elas realizaram uma postagem em seus perfis pessoais, inicialmente no Instagram e posteriormente no Facebook.



Figura 1 - intervenção urbana realizada por Pri Ferrari e por Mila Alves e publicada nas redes sociais virtuais.

"A maravilhosa Skol decidiu fazer uma campanha de carnaval espalhando frases que induzem a perda do controle. "Topo antes de saber a pergunta" "esqueci o não em casa" são alguns exemplos. Uma campanha totalmente irresponsável, principalmente durante o carnaval que a gente sabe que o índice de estupro sobe pra caramba. Eu e @sugarmila decidimos fazer uma pequena intervenção. Amigos publicitários, vocês precisam ter mais noção e respeito. #feminismo #respeito @estuproNAO".

As colegas, ao realizarem a intervenção no painel do autocarro, fez uso do espaço público, ao publicar tal intervenção em sua rede social virtual utilizou deste espaço autônomo para uma reverberação e obviamente um alcance midiático de adeptos potenciais à mensagem que ela queria disseminar, manifestar socialmente. "Há geralmente um punhado de pessoas, às vezes apenas uma, no início de um movimento" (CASTELLS, 2013, p. 21) e foi exatamente o que Pri Ferrari foi, ela foi o indivíduo indignado, insurgiu um movimento numa rede social da internet e obteve uma ampla reverberação.

Segundo as mulheres, a marca foi irresponsável quando assumiu este discurso pois fez apologia ao estupro, passou a ideia de que as mulheres estão mais suscetíveis ao ato sexual na época do Carnaval, que podem também ser abordadas, seus corpos tocados por outras pessoas, mesmo sem o seu próprio consentimento, além da própria questão da autoridade da palavra "não" enquanto poder de decisão (B9, 2015). Dentre todas as indignações neste espaço autônomo, a postagem da publicitária Pri Ferrari foi a que obteve maior repercussão nas redes sociais virtuais. No Facebook obteve 27 mil reações, 8.385 compartilhamentos da mensagem, 567 comentários⁴ e, claro, temos que considerar que, dentro de cada comentário ainda são possíveis outras interações. A postagem no dia 11 de fevereiro de 2015 e no mesmo dia, grandes veículos de comunicação, sejam dirigidos para a área de comunicação ou de massa, estavam noticiando a intervenção realizada no cartaz da marca, numa demonstração de como os movimentos sociais nas redes sociais virtuais colaboram inclusive em pautas para a grande mídia (ESTADÃO, UOL, EXAME, MEIO E MENSAGEM, BUZZFEED, ZH, 2015).

Segundo Castells (2013) é exatamente daí que os movimentos sociais subvertem a prática como era dada, eles lutam para que sejam destituídos poderes que

⁴ Estaté o final do mês de maio de 2017.

outrora eram constituídos, identificados, logo, as mulheres exerceram o contrapoder no espaço discursivo dominado na publicidade de cervejas.

A reverberação destas ações e postagens pessoais, causaram impactos negativos para a marca Skol, a começar nos meios de comunicação social (GGN, CARTA CAPITAL, BLASTING NEWS, 2015), institutos de apoio à mulher (AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO, GELEDÉS, 2015), sindicato da área (SINAPRO, 2015) e análises de artigos científicos ao analisar a postura inicial e equivocada da marca (BOARINI, 2016; LINS, 2016).

A maior problematização, no que tange a área da publicidade, foi a entrada de uma representação da campanha junto ao CONAR⁵, todavia a decisão final foi de arquivamento do caso. Entretanto, mesmo que a instituição que representa de fato a lógica produtiva da criação publicitária, foi pelo arquivar da questão, os agentes sociais foram causadores de uma outra lógica, a de uma real alteração discursiva, baseada numa avalanche de reivindicações através das redes sociais virtuais. Indignações tomaram proporções que propagaram a causa num nível que alcançaram mudanças no enunciado publicitário da campanha ainda vigente.

Castells (2015) ao discursar sobre o que é valor dominante na sociedade em rede, não propõe conclusões acerca de um único ponto, nem o delimita apenas nas questões financeiras, como poderíamos facilmente concluir dentro dos parâmetros de análise de uma sociedade capitalista. Ele aponta que é a sociedade que delimita o que é valor, ele continua num questionamento sobre o que move o sistema de produção e sobre os "apropriadores de valor e controladores da sociedade" (p. 73). Dentro das diversas possibilidades apontadas, há um questionamento da hipótese da mídia ser um detentor da lógica do valor dominante da rede, pois, afirma que "a definição daquilo que constitui valor depende da especificidade da rede e de seu programa" (p. 74). Se partirmos desta perspectiva, estas mulheres atuaram nas redes sociais virtuais não como apropriadoras de valor, tampouco como controladoras da sociedade, todavia questionaram exatamente os valores da campanha da companhia cervejeira, possibilitaram uma influência disruptiva do processo de construção do enunciado publicitário. Os atores sociais dos movimentos possibilitaram a reprogramação do valor discursivo dominante.

⁵ Conselho Nacional de AutoRegulamentação Publicitária.

Com tal reverberação nas redes sociais virtuais, no mesmo dia da manifestação, a marca Skol decidiu pela alteração do enunciado publicitário da campanha de 2015. Retirou não apenas dos mobiliários urbanos, mas de circulação todas as peças da campanha e, através de um comunicado oficial na mídia social Twitter (2015), informou que não tivera nenhuma intenção de incentivo à violência, neste caso, de gênero:

"Pessoal, gostaríamos de esclarecer que em nenhum momento tivemos a intenção de incentivar ou apoiar qualquer ato de violência ou consumo excessivo. Repudiamos todo e qualquer tipo de violência física ou emocional e reiteramos o nosso compromisso com o consumo responsável. Por isso substituiremos as frases atuais por mensagens mais claras e positivas, que transmitam o mesmo conceito da nossa campanha "Viva Redondo" - que tem como mote aceitar os convites da vida para aproveitar cada momento."

Para além da nota oficial, coincidentemente o diretor de marketing da marca fora substituído três dias depois da manifestação em rede (G1, 2015). A marca afirmou que a alteração do cargo já era prevista e que não teve influência sobre o fato negativo da campanha, todavia a coincidência entre a manifestação e a alteração da direção pode ser questionada. A marca também reprogramou o valor do enunciado publicitário. Os enunciados dos cartazes substituídos foram focados no respeito e, de um enunciado sexista e machista passou para um enunciado inclusivo, com frases "Não deu jogo? Tire o time de campo"; "Tomou bota? Vai atrás. Do trio." e ainda "Quando um não quer, outro vai dançar", onde todos continham a frase final "Neste carnaval, respeite."

No decorrer de 2 anos a marca inicia uma nova postura publicitária, não apenas no carnaval, mas com as demais campanhas publicitárias do ano. A marca cervejeira alterou drasticamente sua postura, não apenas seus enunciados passaram a ser mais inclusivos, bem como as peças publicitárias passaram a incluir atores que possam representar os diversos grupos sócio-acêntricos.

Sob o mote criativo 'Carnaval para Todos', a marca Skol desenvolveu uma campanha publicitária para o carnaval de 2017, onde atua com uma desconstrução discursiva que anteriormente não atuava. Como produto principal, foi publicado no canal YouTube em 14 de fevereiro de 2017 um vídeo que tem como descrição: "O carnaval tá aí, vai curtir ou vai fugir? Não importa. O que vale é aproveitar e respeitar a escolha de cada um. Carnaval Skol. Redondo é sair do seu quadrado." (SKOL, 2017). O vídeo obteve até o fim de maio de 2017 a marca de 5.045.541 *views* e 53 comentários,

apenas nesta mídia social. O mesmo vídeo foi veículo na rede social virtual Facebook, sendo que nesta o número de reverberação foi de quase 172 mil visualizações, 9.159 compartilhamentos e 5.967 comentários, todavia, temos que considerar que, dentro de cada comentário, ainda é possível haver outras interações, logo, os números de comentários totais podem ser maiores do que o número apontado, haja vista se considerarmos os comentários dentro do universo dos compartilhamentos. Para o vídeo, a marca utilizou de um enunciado onde não utiliza em nenhum momento de um discurso que coloca qualquer grupo sócio-acêntrico como pauta, ou especificamente mulheres que, historicamente no carnaval são coisificadas. O enunciado da campanha teve como proposta óbvia a celebração da data, todavia apresenta também a opção de respeitabilidade aos que não apreciam tal festividade, propondo "o legal é os dois lados se respeitarem" (idem, 2017). Para um relacionamento e interação com o consumidor da marca dentro da própria página do Facebook, a marca ainda fez uso de *tags*, pequenas imagens que transmitiam as questões estéticas da campanha e seus textos continham exemplos como "#CarnavalRedondo tem que ter respeito!"; "Tem festa para todo mundo"; "#CarnavalRedondo não tem ~~babaquice racismo preconceito~~", numa clara demonstração desta nova proposta da marca.

Ainda dentro desta dinâmica de respeito e, ainda podemos dizer de uma proposta de diversidade, a marca produziu quatro músicas típicas de carnaval, contudo o interessante são os gêneros musicais; de uma pluralidade cultural, abarcam uma representatividade musical tipicamente desta festividade e das diversas formas que se é celebrado o carnaval no território brasileiro. Marchinha, frevo, axé, arrocha foram os gêneros produzidos pela marca e disponibilizados no canal no YouTube que, somados⁶ possuem 8.851 visualizações no canal, números também obtidos até o final de maio de 2017.

Esta representação musical, os enunciados publicitários com um discurso de respeitabilidade com o corpo da mulher, onde esta passa a não mais ser coisificada apresenta uma significação social bastante plural e diversa do universo que é a festividade do carnaval brasileiro e, mesmo que a publicidade contenha em sua característica elementos simbólicos para a representação de um bem privado, ou seja, de

⁶ os números em separados são: arrocha com 1.207 views; axé com 1.201views; frevo com 1.298 e marchinha com 5.145 views.

uma marca, podemos voltar as questões abordadas por McCracken sobre movimento de significado e os diversos simbolismos nos produtos adquiridos pela sociedade como também Gastaldo quando fala sobre representações que apontam que os valores culturais são inculcados na publicidade, logo, se há uma ressignificação do enunciado publicitário, com uma proposta onde se insere um discurso mais inclusivo, isso propõe uma ressignificação de todo um simbolismo e uma possibilidade à uma representatividade do mundo como culturalmente constituído e suas representações sociais.

Portanto, os agentes sociais podem usar deste espaço autônomo como plataforma para articulação de movimentos sociais em rede, utilizam esse novo espaço público, esta nova ágora para manifestar suas indignações, suas insatisfações contra os poderes estabelecidos na sociedade. Há, portanto, o espaço discursivo. O artigo se propôs a apresentar um exemplo de alteração deste poder, resta saber se haverá a possibilidade dos demais grupos sócio-acêntricos conseguirem não as mobilizações, pois isso é explícito, haja vista a possibilidade que esse espaço da internet permite, mas se haverá a alteração dos enunciados publicitários pelas marcas, sem a necessidade das articulações de movimentos sociais.

Referências

Agência Patrícia Galvão, 2015. *Skol irá trocar campanha após acusação de 'apologia ao estupro'*. [Em linha]. Disponível em: <<http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulher-e-midia/skol-ira-trocar-campanha-apos-acusacao-de-apologia-ao-estupro/>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Blasting News, 2015. *Propaganda da Skol reacende debate sobre machismo na publicidade de cervejas*. [Em linha]. Disponível em: <<http://br.blastingnews.com/sociedade-opiniao/2015/02/propaganda-da-skol-reacende-debate-sobre-machismo-na-publicidade-de-cervejas-00270079.html>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Boarini, D., 2016. Quando a miopia na propaganda pode abalar a reputação das marcas para as mulheres. *Intercom 2016*. [Em linha]. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2394-1.pdf>> [Consultado em: 23 de Maio de 2017].

Brainstorm9 (B9), 2015. *Mulheres se irritam com tom da campanha de Skol e alteram mensagem de outdoor*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.b9.com.br/55133/advertising/mulheres-se-irritam-com-tom-da-campanha-de-skol-e-alteram-mensagem-de-outdoor>> [Consultado em: 25 de Março de 2017].

Buzzfeed, 2015. *Mulheres protestam contra campanha da Skol que diz "Esqueci o 'não' em casa"*. [Em linha]. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/manuelabarem/mulheres-protestam-contracampanha-da-skol-que-diz-esqueci-o?utm_term=.ruyywXNNz2#.ibnVL1zzWw> [Consultado em: 15 de Março de 2017].

Carta Capital, 2015. *Na publicidade, o machismo é a regra da casa*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/machismo-e-a-regra-da-casa-4866.html>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Castells, M., 2013. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Zahar.

Castells, M., 2015. *O poder da comunicação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Exame., 2015. *Outdoor da Skol para o Carnaval causa indignação em SP*. [Em linha]. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/outdoor-da-skol-para-carnaval-causa-indignacao-em-sao-paulo>> [Consultado em: 25 de Março de 2017].

Ferrari, P., 2015. *Postagem pessoal de Pri Ferrari na mídia social Instagram*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10203399818310543&set=p.10203399818310543&type=3&theater>> [Consultado em: 17 de Abril de 2017].

Ferreira, R. A., 2012. Etnomídia e a interface com o politicamente correto. *Extraprensa (USP)*. [Em linha], VI. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5841/extraprensa.v1i10.341>> [Consultado em: 10 de Março de 2017].

G1, 2015. *Ambev troca diretor de marketing*. [Em linha]. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/02/amb-ev-troca-diretor-de-marketing-em-meio-polemica-de-campanha-da-skol.html>> [Consultado em: 17 de Maio de 2017].

Gastaldo, E., 2013. *Publicidade e sociedade: uma perspectiva antropológica*. Porto Alegre: Sulina.

GELEDÉS Instituto da Mulher Negra, 2015. *Propaganda de carnaval da Skol é alvo de críticas feministas*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/propaganda-de-carnaval-da-skol-e-alvo-de-criticas-feministas/#gs.E8rhUhw>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2013. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html>> [Consultado em: 12 de Março de 2017].

Instituto Nacional de Estatística (INE), 2011. Disponível em: <http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos2011_apresentacao&xpid=CENSOS> [Consultado em: 12 de Março de 2017].

Jornal GGN (GGN), 2015. *A propaganda da Skol e uma vitória importante, por Matê da Luz*. [Em linha]. Disponível em: <<http://jornalggm.com.br/blog/mate-da-luz/a-propaganda-da-skol-e-uma-vitoria-importante-por-mate-da-luz>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Jornal O Estado de São Paulo (Estadão), 2015. *Campanha de cerveja é acusada de desrespeitar as mulheres*. [Em linha]. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/radar-da-propaganda/campanha-de-cerveja-e-acusada-de-desrespeitar-as-mulheres>> [Consultado em: 25 de Março de 2017].

Jornal Zero Hora (ZH), 2015. *Skol vai retirar campanha após acusação de apologia ao estupro*. [Em linha]. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/02/skol-vai-retirar-campanha-apos-acusacao-de-apologia-ao-estupro-4698784.html>> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

LINS, L., 2016. Publicidade em Interação - "# Deixamos o não em casa e saímos com o nunca". *Intercom 2016*. [Em linha]. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1790-1.pdf>> [Consultado em: 24 de Maio de 2017].

Meio e Mensagem., 2015. *Skol vai mudar campanha polêmica*. [Em linha]. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2015/02/11/skol-vai-mudar-campanha-pol-mica.html>> [Consultado em: 25 de Março de 2017].

McCracken, G., 2010. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. São Paulo: Mauad.

Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO), 2015. *O antes e depois das campanhas de cerveja*. [Em linha]. Disponível em: <http://www.sinaprosp.org.br/visualizar_noticia.php?id_noticia=3696> [Consultado em: 20 de Maio de 2017].

Skol, 2015. *#Skol Nota de esclarecimento*. [Em linha]. Disponível em: <<https://twitter.com/skol/status/565611787677343745>> [Consultado em: 25 de Junho de 2017].

Skol, 2017. *Verão Skol - Carnaval pra todos*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TBNBbvYQl6Y>> [Consultado em: 25 de Maio de 2017].

Skol, 2017. *Marchinha Skol | Frevo*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pSti6C-FVIw>> [Consultado em: 25 de Maio de 2017].

Skol, 2017. *Marchinha Skol | Axé*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fbzqpqyVNYw>> [Consultado em: 25 de Maio de 2017].

Skol, 2017. *Marchinha Skol | Arrocha*. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JLJqwmK152o>> [Consultado em: 25 de Maio de 2017].

Skol, 2017. *Skol Carnaval Redondo / Marchinha*. [Em linha]. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=kstrK0b_7VA> [Consultado em: 25 de Maio de 2017].

Tilly, C. e Wood, L., 2010. *Los Movimientos Sociales, 1768 - 2008: desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Editorial Crítica.

Universo On Line (UOL), 2015. *Anúncio da Skol gera polêmica e é acusado de incentivar assédio a mulheres* [Em linha]. Disponível em:
<<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/02/11/anuncio-da-skol-para-o-carnaval-gera-polemica-peca-incentivaria-assedio.htm>> [Consultado em: 25 de Março de 2017].

MEMÓRIA SOBRE A MOBILIZAÇÃO DA REDE SOCIAL NA COMUNIDADE DE TRÊS CARNEIROS – PERIFERIA DO RECIFE

WILSON NAURICIO MIRANDA DE ALBUQUERQUE

Secretaria de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente /Recife-PE, Brasil.

wilsonmalbuq@gmail.com.

Resumo

Em 1995 realizamos uma pesquisa em algumas comunidades da periferia do Recife, abordando a participação dos moradores no acompanhamento de projeto de melhorias urbanas. Passadas duas décadas (2015), revisitamos as mesmas comunidades periféricas, trazendo ao debate sua história a partir do conceito de “Rede social” como um instrumento de análise para as interações entre indivíduos construídas no cotidiano (FONTES, 1998). Decidimos dar ênfase a comunidade de Três Carneiros (uma das comunidades pesquisadas em 1995), importante por seu protagonismo desempenhado - uma vez que a força de sua organização e articulação ganhou destaque na imprensa nacional, ao conseguirem expulsar do canteiro de obras instalado nessa comunidade, uma grande empreiteira contratada para obras de infraestrutura urbana (na ocasião, a empresa desconsiderou os argumentos da comunidade que questionavam a qualidade técnica das obras em execução). Nesse sentido, pudemos levantar novas reflexões sobre os movimentos comunitários a partir da reconstituição da memória das mobilizações, organização, estratégias e articulações com foco nas redes sociais que vem se estabelecendo na comunidade mencionada.

Palavras-chave: mobilização social, rede social, comunidade periférica.

Abstract

In 1995, we conducted research in some communities in the outskirts of Recife, addressing the participation of residents in the follow-up of urban improvements project. After two decades (2015), we revisited the same peripheral communities, bringing to the debate its history from the concept of "Social network" as an instrument of analysis for the interactions between individuals built in the daily life. We decided to emphasize the community of Três Carneiros (one of the communities surveyed in 1995), important for its role played - once the strength of its organization and articulation gained prominence in the national press, when they managed to expel from the construction site installed in that community, A large contractor contracted for urban infrastructure works (at the time, the company disregarded the community's arguments that questioned the technical quality of the works being carried out). In this sense, we were able to raise new reflections about the community movements from the reconstitution of the memory of the mobilizations, organization, strategies and articulations with focus on the social networks that are being established in the mentioned community.

Keywords: social mobilization, social network, peripheral community.

Apresentação

Após alguns anos reencontrei o professor Breno Fontes (UFPE), o qual foi meu orientador da dissertação de mestrado em geografia (UFPE), cujo tema: “Novas Práticas de Urbanização nas Periferias do Recife: As Comissões de Acompanhamento de Obras”, defendida em 1995. O poeta e compositor brasileiro Vinícius de Moraes fala em uma de suas canções que a vida é feita de encontros e desencontros. E foi nessa toada da vida e incentivado pelo eminente professor que retornei ao mesmo território para realizar novas pesquisas que foi objeto de minha dissertação de mestrado no passado.

Em 2015, vinte anos depois retornei à comunidade de Três Carneiros para apresentar os resultados da pesquisa do passado, fazer um contraponto com a realidade atual e construir novos elementos para pesquisas futuras. Nessa ocasião, fizemos uma análise comparativa do movimento social local (1995-2015), o qual levamos para o Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS) em Porto Alegre – Brasil em 2015. Ao tempo em que reconstituímos e checamos com a própria comunidade a Rede Social constituída no passado.

Ao termos conhecimento do CIRES 2017, nos debruçamos sobre o material produzido no contato com a comunidade de Três Carneiros em 2015 e resolvemos levar no formato de memória para este Congresso de Redes: a mobilização, organização e estratégias de uma comunidade periférica e sua luta para ser reconhecida e reafirmar a sua cidadania em uma cidade marcada pela desigualdade territorial e social.

E foi com a força da rede social local que os moradores escreveram um importante capítulo no movimento de bairros do Recife, garantindo sua participação efetiva nos procedimentos de melhorias urbanas em execução no território e, forçando o poder público local a repensar o contrato com uma importante empreiteira responsável pelas obras na comunidade, o que será objeto no seguimento desse texto.

Vou contar uma História de uma Comunidade chamada Três Carneiros...

Esta comunidade é composta por populações predominantemente de baixa renda e está situada geograficamente na zona sul da cidade do Recife, constituindo-se num

território com predominância de morros e córregos. Os primeiros habitantes chegaram a esta localidade por volta do ano de 1966, decorrentes de uma grande cheia que atingiu a capital pernambucana, deixando muitas famílias desabrigadas. Notemos que: “A cheia de 1966 além de deixar muitas famílias desabrigadas, atingiu todas as camadas sociais na medida em que as inundações chegavam aos bairros tidos como de elite, a exemplo do bairro da Madalena” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 75).

As primeiras mobilizações dessa comunidade tiveram como foco a reivindicação pelo abastecimento d’água e foi também no decorrer dessa luta que surgiram os grupos sociais locais, mais precisamente a partir de 1980. A conquista do abastecimento d’água ocorreu por volta de 1985, além de trazer melhorias à vida local, fortaleceu e deu sentido a força mobilizadora território.

Após a essa conquista e ciente da importância da mobilização e organização social, esta população seguiu o ritmo favorável da conjuntura política local e brasileira que estava centrada na redemocratização do país. Nesse sentido, foi constituído a Rede Social Local e uma forte mobilização se materializou pelas melhorias urbanas da localidade. Conquista que aconteceu no período de 1986 a 1988, contando com a participação ativa dessa comunidade. Vejamos o trecho da entrevista com uma dirigente do clube de mães:

A gente vê que a Associação de Três Carneiros desenvolveu os trabalhos, não para o povo, e sim com o povo. Se o povo se organiza as conquistas acontecem. Até hoje eu sou representante da rua que moro. Quando é preciso fazer uma reunião de rua para tirar representantes percebemos que os moradores têm vontade de participar (ALBUQUERQUE 1995, p. 77).

A afirmação acima sinaliza que a organização social local estava alinhada com o forte sentimento de participação da população nas decisões que eram demandadas. Ao destacar “... não para o povo, e sim com o povo...”, exemplifica a qualificação da forma de atuação dessa comunidade.

Rede Social: Fluxo de informações e estratégias.

Durante a implementação do projeto que urbanizou a comunidade de Três Carneiros, executado pelo poder local, “O programa de Urbanização e construção de encostas chegou em Três Carneiros no final do segundo semestre de 1986, com um

conjunto de obras de drenagem, pavimentação, escadarias, tratamento de encostas, canal e canaletas” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 80).

Foi também um período de grandes conflitos entre a comunidade, através de sua rede social, e o Poder Público Municipal responsável pela execução do projeto de urbanização. Como já mencionamos, a conjuntura política era bastante favorável à participação popular em virtude dos compromissos assumidos pelo gestor municipal no decorrer da campanha eleitoral de 1985. Os conflitos existiam e a relação entre o poder público municipal e a rede social desta comunidade era de aliados eventuais.

Nesse sentido, as principais organizações de referência (Associação de Moradores de Três Carneiros e o Clube de Mães), aproveitavam a experiência de trabalhar com comissões temáticas (saúde, educação, barreiras, etc...), incentivaram a formação de comissões de acompanhamento de obras nas ruas contempladas pelo projeto de urbanização. A estratégia deu resultados e fortaleceu a rede social local e o fluxo de informações demandadas no canteiro de obras instalado na comunidade. A comprovação dessa afirmativa está exemplificada na seguinte citação do representante da comissão de barreiras: Uma organização tipo associação e conselho de moradores sem a existência de comissões para mim não funciona porque eu não acredito numa organização onde quem manda é a diretoria” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 83-84).

Esse relato demonstra a compreensão da ideologia de funcionamento do movimento popular local, ou seja, de desenvolver um trabalho buscando descentralizar as ações e coletivizar as responsabilidades. E assim, foi estruturada a rede social da comunidade para acompanhar o período em que as melhorias urbanas estavam sendo executadas pelo poder público municipal através da empreiteira responsável pelas obras de engenharia.

A gestão municipal, portanto, foi se adaptando ao o ritmo dessa localidade ao respeitar a sua autonomia e formas de mobilização de trabalho comunitário. Assim o poder público se agendou para acompanhar as reuniões estruturadas pela rede social local, fazendo a apresentação da filosofia do conjunto de obras a serem executadas. Vejamos o que diz uma dirigente da associação dos moradores: “Quando esse projeto chegou, nós fizemos reuniões por rua mostrando e discutindo o projeto e a importância do morador fiscalizar, porque éramos nós que íamos usar e pisar no dia a dia. Não era

nenhum técnico da prefeitura e nem os funcionários da empreiteira” (ALBUQUERQUE 1995, p. 83).

E foi no ritmo das reuniões de apresentação do projeto de urbanização que foram sendo constituídas as comissões por ruas, sendo as mesmas, a fonte privilegiada que o movimento popular de Três Carneiros precisava para complementar o fluxograma da rede social que se estruturava para acompanhar um considerado conjunto de obras da maior importância para melhorar a qualidade de vida dos moradores.

E assim ficou constituída a rede social: Fluxograma

Rede Social de Três Carneiros - 1995



Como podemos observar na figura acima, a rede social, estruturada em Três Carneiros, para acompanhar a execução das melhorias de intervenção urbana, possuía uma hierarquia que privilegiava a qualificação das informações que chegavam do canteiro de obras, através das comissões estruturadas nas ruas contempladas com o projeto. A comissão de barreiras (CB) tinha uma função de recolher as informações sobre o andamento das obras junto às comissões de ruas, fazer uma vistoria “técnica” sobre os problemas apontados por essas comissões. Na sequência, a comissão de barreiras (CB) elaborava um relatório minucioso para ser debatido nas reuniões semanais na associação dos moradores e clube de mães.

Após a apreciação do relatório preparado pela comissão de barreiras nas reuniões internas da comunidade, era construído um documento relatando os problemas selecionados no canteiro de obras, os quais comporiam a pauta a ser debatida com os técnicos do poder público municipal e, quando necessário, era convocado também representantes da empreiteira responsável pela execução do conjunto de obras no território.

Sendo assim, podemos observar que a rede social da comunidade era bastante articulada e atenta no acompanhamento do projeto em execução. Consistindo numa perfeita sintonia entre as comissões de ruas com a comissão de barreira, e esta, com a associação de moradores de Três Carneiros e clube de mães, que possuíam o domínio e a coordenação de todo o processo de acompanhamento do projeto de urbanização no território. Essa constatação fica bastante explícita nas palavras a seguir, ditas por um representante da comissão de barreiras:

(...) aí nos juntamos com alguns moradores da construção civil e fazíamos uma vistoria aos domingos. Depois preparávamos um relatório do conjunto das obras vistoriadas e entregávamos as companheiras do clube de mães e da associação de moradores. Com base nesse relatório fazíamos uma discussão no meio da semana com os engenheiros (ALBUQUERQUE, 1995, p. 84).

É interessante ressaltar que o depoimento acima é uma referência de que o método de trabalho utilizado pela rede social local ao acompanhar o desenvolvimento do projeto era criterioso, minucioso e fundamentado em informações pontuais levantadas no canteiro de obras. Diante disso, a gestão municipal era forçada a dar retorno aos questionamentos formulados pela comunidade, também baseados em critérios e informações técnicas consistentes.

Diante disso, a rede social e o poder público municipal traçavam suas estratégias durante o acompanhamento das obras em execução. A comunidade almejava garantir uma obra de boa qualidade, já o município, o cumprimento do cronograma definido e acordado em reuniões com a comunidade. A citação a seguir é de um técnico social da gestão municipal que acompanhou as obras nessa localidade, constatando o engajamento com que a rede social desempenhava suas atividades dando ênfase a uma boa articulação:

(...) o que acontecia é que as pessoas estavam muito bem informadas do que era para ser feito. A gente percebia que o pessoal da comissão tinha conhecimento quando cobrava do engenheiro, a questão do traço correto do cimento, a qualidade da obra, se a largura da rua estava correta. O pessoal tinha uma preocupação na qualidade das canaletas, e isso foi interessante (ALBUQUERQUE, 1995, p.84).

O depoimento acima é reforçado por um componente da comissão de barreiras ao afirmar: "as companheiras da associação e clube de mães discutiam duro mesmo. Elas tinham elementos aprendidos com os operários da construção civil" (ALBUQUERQUE,

1995, p.85). Um dos critérios para fazer parte da comissão de barreiras, que trabalhava diretamente articulada com as comissões de rua, era ter conhecimento de obras. Daí alguns componentes dessa comissão serem militantes do movimento popular e trabalharem na construção civil.

As reuniões em Três Carneiros funcionavam com muita dinâmica em face da organização e boa articulação de sua rede social. Além da presença de técnicos da gestão municipal, quando necessário havia também a presença de representantes da empreiteira responsável pelas obras no território. E era nesse momento em que os questionamentos eram apresentados, debatidos e decididos; como nesse depoimento de um dirigente da comunidade: "Era nessas reuniões que levávamos as irregularidades que observávamos nas obras e tínhamos o poder de decisão" (ALBUQUERQUE, 1995, p, 88).

Com boa organização e estratégias na ação, a rede deu unidade à ação comunitária, dando consistência às reivindicações e, conseqüentemente, fortaleceu a sua autonomia diante da esfera pública. Isso proporcionou avanços significativos no processo de execução das obras, tornando os serviços mais qualificados e mais zelo na aplicação dos recursos financeiros. Como exemplificado no depoimento a seguir de um representante da comissão de barreiras:

... foram importantes porque era nas reuniões que discutíamos os problemas detectados pelas comissões de ruas no acompanhamento das obras. A nossa participação garantiu a execução de uma obra de boa qualidade. Após oito anos, elas continuam conservadas (ALBUQUERQUE, 1995, p. 89).

Essas conquistas assimiladas pela comunidade foram à força mobilizadora encontrada pela rede social para colocar fora do canteiro de obras uma grande empreiteira responsável pelos trabalhos de engenharia no território - assunto à ser tratado com detalhes mais adiante. Essa afirmativa é corroborada no depoimento de um engenheiro da gestão municipal que acompanhou as obras no local:

Eu diria que foi uma experiência bastante rica. A população teve a oportunidade de participar, inclusive de decidir onde seriam aplicados os recursos financeiros. Houve "folga" na aplicação desses recursos previstos para a localidade e, com isso, redirecionamos esses recursos para serem aplicados no próprio bairro, e como já falei a população participou nessa aplicação (ALBUQUERQUE, 1995, P. 93).

Rede Social: Organização, articulação, estratégias e mobilização das primeiras lutas no território até a expulsão da empreiteira.



A execução do projeto de obras em Três Carneiros representou o desejo da população local em ver o bairro urbanizado. Nesse sentido, a mobilização da comunidade se deu como vimos, de forma bastante consistente para garantir a conclusão desse projeto. O planejamento técnico acordado nas reuniões comunitárias previa a formatação de um conjunto de obras de forma a dar segurança, garantir o fluxo das águas e, sobretudo integrar os espaços intra-urbano para permitir uma maior mobilidade espacial no território e assegurar os serviços básicos como o caminhão de gás, eletricidade, ambulância de saúde. Enfim, permitir uma melhor condição de vida para os moradores. O sentimento popular sobre a urbanização do bairro está expresso no depoimento de uma dirigente do clube de mães:

Antes da execução desse projeto o bairro era todo no barro, a população sofria muito descendo e subindo ladeira. Após a execução do projeto, com as ruas pavimentadas os moradores ficaram com mais coragem de lutar, isso dar mais ânimo à luta porque estão vendo algumas conquistas serem efetuadas (ALBUQUERQUE, 1995, p. 97).

O depoimento acima caracteriza muito bem o minucioso trabalho desenvolvido pela rede social, pontuando e intervindo desde as pequenas obras de engenharia até as

mais complexas. Fortalecidos com as conquistas das obras já executadas na localidade e articulados em rede, o movimento popular ampliou sua participação para fazer o debate e garantir as grandes obras estruturadoras do bairro como a Avenida São Paulo, considerada a principal artéria local.



(Rua São Paulo)

A Avenida Monte Verde, a qual possibilitou a ligação de Três Carneiros de Cima com Três Carneiros de Baixo. E o Buraco da Gata da Gata, considerado a obra mais complexa e mais significativa para a comunidade; tanto do ponto de vista político como urbanístico, porque garantiu a integração social e cultural dos moradores.



(Buraco da Gata)

A mobilização da rede social local se confunde com a própria luta em torno do Buraco da Gata, considerado uma das maiores erosões dos morros da cidade do Recife. Antes de sua urbanização, era utilizado pela comunidade como depósito de lixo, ameaçava desabar uma boa parte de cima de Três Carneiros e, conseqüentemente, soterrar uma quantidade grande de residências familiares na parte de baixo da comunidade. Com o passar do tempo essa área foi se desmoronando pelo acelerado processo de erosão. Muito bem relatado por uma dirigente da Associação de Três Carneiros:

O buraco da gata teve um significado muito grande para a comunidade. Em 1987 e 1988 quando o buraco da gata começou a se desmoronar iniciamos uma grande mobilização na comunidade sem que a associação dos moradores estivesse participando. Após duas horas de mobilização o posto policial que estava ameaçado de ser retirado do local foi reativado (ALBUQUERQUE, 1995, p. 99).



(Foto do Posto Policial)

O posto policial citado na entrevista é considerado pelos moradores como de fundamental importância para a segurança do bairro. Este funciona ao lado do buraco da gata, sendo que, com o aumento da erosão a comunidade temia o desabamento do prédio e, em consequência a retirada do posto policial. A luta em torno do buraco da gata ganhou espaço na grande imprensa local, influenciando e fortalecendo ainda mais a mobilização da comunidade e sensibilizando o poder público municipal.

A intervenção de engenharia no buraco da gata significou a elaboração de um projeto técnico bastante cuidadoso em virtude do acelerado estágio de erosão do local. Após muitos estudos o projeto de urbanização consistia no tratamento da encosta através da construção de um “muro de gabião” para conter a erosão e ao lado desse muro, no interior do buraco da gata, a construção de uma área de lazer e cultura, atendendo a reivindicação da comunidade.

... muro de gabião é uma estrutura de alvenaria de pedra arrumada envolvida por uma tela de arame galvanizada em forma retangular, sendo utilizado em terreno com pouca consistência. A vantagem é porque ela se constitui numa estrutura flexível e drenante, facilitando o caminho das águas entre as pedras (ALBUQUERQUE, 1995, p. 101).

A proposta do muro de gabião foi bastante contestada pela comunidade que temia que o mesmo não viesse dar consistência à erosão. As explicações técnicas da equipe de engenharia do poder público, não foram naquele momento suficientes para convencer os moradores. Veja o que diz a respeito uma liderança entrevistada:

(...) nós tínhamos aquela visão que somente o muro de arrimo é que segurava a barreira. O buraco da gata tinha uma erosão muito grande e os engenheiros falaram que um muro de gabião resolvia. Como não leva areia e nem cimento, ninguém aceitou e essa discussão teve duração de um mês (ALBUQUERQUE, 1995, p.101).

Diante do descrédito da comunidade sobre a alternativa técnica, a equipe do poder público utilizou-se de recursos de cunho educativo para explicar as funções de um muro de gabião, especificando a sua eficácia no tratamento daquele tipo de erosão. Mesmo assim, a comunidade continuou contestando a solução técnica sugerida pela equipe de engenharia. Devido ao impasse estabelecido entre a gestão e a comunidade encontrou-se um outro mecanismo que exemplificasse in loco o funcionamento de uma experiência técnica desse tipo. Nesse sentido foi acionado a CB para realizar uma visita técnica semelhante aos prédios do litoral sul de Pernambuco, onde já existia esse tipo de muro.

A iniciativa em conhecer o funcionamento do muro de gabião, fez a comunidade aceitar a intervenção técnica para tratar a erosão do buraco da gata. O resultado mais significativo pode ser constatado no relato de um dirigente da Associação de Moradores: “(...) jovens daqui não tinham onde namorar, esse espaço que era um aterro de 23 anos de lixo, agora é utilizado para atividades culturais e esportivas. Foi através

da luta do buraco da gata que começou tudo em Três Carneiros, ou seja, a história do bairro” (ALBUQUERQUE, 1995, p.102).

O buraco da gata representou um símbolo da luta política do bairro, pois foi em torno da mobilização pela urbanização desse espaço que a comunidade reforçou a sua unidade política e conquistou credibilidade junto ao movimento de bairros da cidade do Recife. O que fica explícito no relato a seguir de um representante da comissão de barreiras:

(...) nós temos obtidos muitas vitórias nessas lutas, mas uma obra significativa para o bairro foi o buraco da gata. Na época desabou metade do terminal de ônibus do bairro que fica ao lado do posto policial. A comunidade fez uma mobilização até a prefeitura. Após audiência com o prefeito, uma comissão de técnicos veio a área e fez um projeto para o local. Hoje o buraco da gata chama-se “Operário Ivanildo Bezerra”, que foi um morador de nossa comunidade e que faleceu antes do espaço ser inaugurado (ALBUQUERQUE, 1995, p.103).

Como vimos à força da mobilização e a boa articulação local, possibilitaram grandes conquistas, fortalecendo a unidade e estratégias em torno de um projeto que era de interesse coletivo. E o fato do movimento popular local se credibilizar junto aos movimentos de bairros da cidade do Recife, também angariou respeito aos gestores municipais, ao serem notícias na grande mídia pernambucana, decorrentes das lutas que empreenderam. Veremos a seguir como esta comunidade reuniu ainda mais força mobilizadora ao conseguir expulsar a empreiteira, fato que repercutiu na grande mídia nacional.

Da mobilização popular ao afastamento da empreiteira: acusação pela CB de executar obras sem qualidade, atrasar os serviços em demasia e recusa da aceitação de questionamentos da rede social local.



(Encontro com Representantes da Comunidade de Três Carneiros em 2015)

O trabalho de acompanhamento de obras pelas comissões de rua ganhou repercussão na mídia nacional decorrente da anulação do contrato com uma empreiteira que executava obras para o poder público municipal. Esta construtora foi acusada pelas comissões de executar obras sem qualidade e de atrasar demasiadamente os serviços, além de se recusar a aceitar esses problemas levantados pelas comissões, como no depoimento de um dirigente comunitário, a seguir:

(...) Nós verificamos que o cimento não estava com o traço correto, os muros não estavam sendo executados com a devida segurança, eles colocavam as pedras mas não revestiam com cimento para fazer a amarração da mesmas, apenas aparentemente por fora. Fizemos a reclamação e a empreiteira não aceitou os questionamentos (ALBUQUERQUE, 1995, p. 108).

Como já abordado anteriormente, a CB era dentro da estrutura da rede social local, constituída basicamente por pessoas que tinham experiências no movimento comunitário e principalmente por trabalhadores residentes no bairro, ligado à construção civil. As acusações desse tipo eram consideradas de muita gravidade porque o muro de arrimo estava mal construído e sem segurança e, conforme o relato do representante da CB, colocava em risco a segurança de diversas famílias do bairro.

Desse modo instalou-se o conflito nas relações entre a construtora e a comunidade. Com isso, os questionamentos foram objeto de uma grande assembleia na localidade, com a participação de técnicos da prefeitura e representantes da construtora responsável em realizar o conjunto de obras no território. Os questionamentos da comissão de barreiras estão bem relatados na entrevista com um representante da rede social local a seguir:

(...) Nós dissemos que as obras estavam de má qualidade, eles não aceitaram, aí fomos ao local da obra e o engenheiro detectou a mesma coisa. O proprietário da empreiteira não aceitou as nossas críticas e disse que não trabalharia com a comunidade fiscalizando porque tinha um nome a zelar (ALBUQUERQUE, 1995, p.108).

Quando esses fatos ganharam projeção nacional através da matéria da revista VEJA de 23 de outubro de 1987, Fernando A. Teixeira proprietário da construtora faz a seguinte contestação: “Uma empresa como a nossa precisa de autonomia, não podemos nos dobrar aos caprichos da comunidade”. Diante desse posicionamento por parte do proprietário da empreiteira, os ânimos se acirraram. A comunidade também radicalizou e exigiu a retirada da construtora do canteiro de obras. Nesse sentido, os conflitos

ficaram insustentáveis entre a construtora e a comunidade, como no relato de uma dirigente do movimento comunitário local: “Nós dissemos que ele, o proprietário fosse executar obras em outra comunidade, aí ele zombou da gente e disse que não sairia” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 109).

Na pesquisa que realizamos em 1995, constatamos que o proprietário da empreiteira havia dado apoio ao gestor municipal da época. Diante desse fato, é possível que a construtora tenha se sentido à vontade para menosprezar as reivindicações populares, quando o bom-senso sinalizava para que fossem verificados os defeitos encontrados no canteiro de obras e a partir de aí tomar as providências técnicas necessárias. Se assim o fizesse, “o nome a zelar” dito pelo proprietário à revista VEJA, salvaguardaria o cuidado que ele tentou demonstrar nessa entrevista. Ainda sobre a mesma problemática, um sociólogo que fez parte do alto escalão da gestão municipal da época deu a seguinte versão sobre esses fatos:

(...) e por coincidência essa empreiteira pertencia na época a um empresário ligado ao PMDB que participava politicamente e financeiramente das campanhas do PMDB, a F. A. Teixeira. Isso foi até um pouco cruel com ele, mas por coincidência ou por crise de sua empresa, ela foi pega em flagrante, atrasando obras, não cumprindo o cronograma e trabalhando numa área extremamente radicalizada (ALBUQUERQUE, 1995, p.109).

As questões relativas às irregularidades na execução das obras ao ser confirmado pela equipe de engenharia do município, complicou bastante a permanência da construtora e a continuidade dos trabalhos na comunidade. E por consequência, boas partes dos questionamentos técnicos estavam registrados no livro de ocorrências, uma espécie de agenda diária para fazer anotações sobre as obras em andamento. A constatação desses fatos “quebrava” as normas contratuais do processo de licitação assinado entre o poder público municipal e a empreiteira. Nesse sentido, ficou insustentável a manutenção dessa construtora, tanto pelas irregularidades técnicas e a forte pressão da mobilização comunitária. Vejamos o que disse um engenheiro da prefeitura entrevistado na época dessas obras:

No caso da F. A. Teixeira esta empresa teve dificuldades de acelerar o ritmo das obras. Eu lembro que durante um ano de trabalho o percentual de obras executadas foi bastante baixo e sem uma explicação técnica convincente, E nós tínhamos isso em arquivos de registros, cobrando a falta de pessoal suficiente nas obras, atraso de material, tudo isso comprovado (ALBUQUERQUE, 1995, p. 110).

Consciente da veracidade das denúncias e com a impossibilidade de entendimento com a construtora, a rede social bem articulada e com todas as informações resultantes das denúncias, inicia um processo ininterrupto de mobilização para afastar a empreiteira. Foram em comissão à empresa de urbanização do município, responsável técnico pelo projeto de obras. Na sequência se deslocaram à sede da prefeitura municipal que tratava com pouca transparência tal questão. Ao tempo em que o poder público municipal acumulava desgastes junto à comunidade pela lentidão com que encarava essa problemática. Não satisfeita com essa postura, a comunidade ampliou a sua mobilização e denunciou à empreiteira e a gestão municipal numa plenária dos movimentos de bairros da cidade do Recife. Esse fato foi crucial para selar o destino da construtora, uma vez que a socialização dos problemas relacionados à empreiteira com o conjunto do movimento popular da cidade expandiu a divulgação de problemática, forçando a prefeitura a se manifestar sobre o caso.

Mesmo sendo um fato isolado numa comunidade periférica, a decisão do poder público municipal em afastar a construtora foi significativa, tanto para reestruturar a credibilidade junto à comunidade, desgastada por conta da indefinição em tomar uma decisão. Assim, como foi educativo na medida em que não deixou precedentes para que as demais empreiteiras fizessem o mesmo. Sobre isso, trazemos o depoimento de uma dirigente do movimento de bairro local: “(...) fizemos uma reunião na associação dos moradores, em seguida aglutinamos força com os moradores das ruas e com muita garra e disposição expulsamos a F. A. Teixeira daqui” (ALBUQUERQUE, 1995, p.111).

Na pesquisa que realizamos no passado, é significativo trazer para o presente o depoimento de um engenheiro que na época exercia um cargo de destaque na gestão municipal, ao abordar as dificuldades na decisão sobre o afastamento da empreiteira F. A. Teixeira, vejamos:

(...) foi uma decisão do poder público de cancelar o contrato. Agora, se não fosse a pressão da população, seriam tentadas outras formas, talvez tivesse sido postergada essa decisão. Eu acho que a participação da população ajudou e inclusive deu força à prefeitura para o cancelamento do contrato (ALBUQUERQUE, 1995, p.112).

Na sequência, trazemos também o depoimento de um sociólogo que na época exercia cargo de alto escalão no município. Na sua abordagem ele dá ênfase sobre os significados da organização comunitária e aponta o exemplo como um processo

pedagógico a ser copiado. Vejamos então o seu comentário: “(...) Se aquilo tivesse acontecido numa área em que as comissões tivessem pouco nível de organização isso teria passado despercebido, no entanto, o que aconteceu foi muito simbólico porque serviu de exemplo para todas as empreiteiras”. (ALBUQUERQUE, 1995, p.112).

Os depoimentos acima do engenheiro e do sociólogo são significativos na medida em que analisam as dificuldades na tomada de decisão por parte da máquina pública, e, nesse caso, principalmente por conta das relações políticas entre o proprietário da empreiteira e o segmento político que na época administrava o município recifense. E também o fato de reconhecer de forma explícita o papel determinante da força de mobilização da comunidade para que uma difícil decisão fosse efetivada.

Nesse sentido, a boa estrutura organizativa da rede social local foi determinante para o domínio de todo o processo de execução do conjunto de obras. A dinâmica e a transparência no fluxo de informações que circulavam na comunidade deu qualidade a participação na medida em que, o debate entre os atores envolvidos (Comunidade, Poder Público Municipal e empreiteira), se deram com base em questionamentos técnicos, consistentes e fundamentados pela comissão de barreiras, constituída fundamentalmente por profissionais da construção civil que além de desempenhar um papel na luta comunitária eram ao mesmo tempo moradores da localidade.

E para fortalecer a análise que estamos trazendo nessa parte do texto, remontamos à reportagem da revista VEJA de 1987, já citado no corpo desse trabalho ao se referir à força de mobilização e à qualidade de ação comunitária. Vejamos o que diz um trecho dessa revista: “Esse controle rígido já afastou três construtoras dos canteiros de obras, entre elas, a F. A. Teixeira, a segunda maior empresa de construção civil de Pernambuco”. (VEJA, 23/05/1987).

Por fim, por estarmos aqui tratando de recuperar a memória da rede social da comunidade de Três Carneiros, optamos em reconstituir também importante relato do referido sociólogo ao aprofundar a problemática criada envolvendo o afastamento da empreiteira. Vejamos o que ele concluiu sobre isso:

(...) Eu tenho a impressão de que a partir desses acontecimentos e a repercussão que teve na imprensa. Isso deu respeitabilidade as comissões. As empreiteiras sentiram que o poder público era extremamente sensível às pressões que vinham das comissões, não era que a prefeitura se submetesse totalmente as pressões, mas era sensível a isso (ALBUQUERQUE, 1995, p. 113).

O depoimento acima é de grande importância ao fazer uma honesta reflexão sobre as minúcias que pautam a máquina pública ao se ver diante de fatos como esse e, por conseguinte, a análise que o mesmo faz a partir da posição administrativa que exercia à época na máquina municipal, quando constata que a mobilização da comunidade foi quem impulsionou o gestor municipal do Recife, naquele período, a decidir pelo afastamento da construtora; mesmo por tudo que a mesma representava politicamente para o conjunto de forças políticas que administrava a cidade.

Considerações finais

O retorno à comunidade de Três Carneiros em 2015, após duas décadas quando realizamos a primeira pesquisa em 1995, para reconstituir e contar a sua história a partir da mobilização da sua rede social em torno daquele projeto de urbanização, é por demais gratificante para quem trabalha com pesquisas sociais.

Quando por lá nos deslocamos, fomos inspirados pela feliz frase do escritor Gabriel Garcia Marques ao conceituar a memória como sendo “a vida não é a que cada um viveu, mas a que recorda e como recorda para contá-la”. Nesse sentido, fizemos uma releitura da pesquisa do passado (1995), e na medida em que íamos folheando os capítulos nos chamava à atenção os depoimentos com os protagonistas que estiveram no centro dos acontecimentos já bastante abordados nesse texto.

Não seria espanto ressaltar de que o nosso olhar focou-se para os relatos daquela gente simples de Três Carneiros, ao escrever com a sua força mobilizadora, importante capítulo na história do movimento de bairros do Recife. Dizem nas ciências sociais que para se fazer uma pesquisa não basta apenas encontrar um problema, é fundamental inspiração para trabalhar a problemática que envolve determinado objeto a ser pesquisado.

É interessante lembrar de que a rede social local foi se constituindo e se fortalecendo na medida em que o projeto de obras ia sendo executado. Os moradores, ao perceber as melhorias urbanas, foram se envolvendo também com os problemas que aconteciam no canteiro de obras. Tal fato mostrou-se importante pois deu unidade a uma luta que interessava a todos.

Outro destaque é o fato de a comunidade ter tido a clareza de estruturar as suas comissões não somente com militantes do movimento popular, mas principalmente que estes militantes fossem trabalhadores da construção civil residente do território. E como variável esse formato fez toda a diferença nos momentos em que a qualidade dos serviços era questionada. Qualificando e empoderando os argumentos da comunidade frente à gestão municipal, os conflitos em torno do buraco da gata e do afastamento da empreiteira ressaltam muito bem essa alternativa.

E por último, o debate que realizamos em 2015 na comunidade Três Carneiros com os protagonistas de 1995, deixou um espaço para darmos procedimento a novas pesquisas, uma vez que foi possível identificar outras questões que hoje estão presentes nesse território, tais como: a violência, o uso das drogas, questões de gênero e um retraimento de participação da comunidade. São questões que remetem à estudos mais aprofundados.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Wilson Naurício Miranda. *Novas Práticas de Urbanização nas Periferias do Recife: As Comissões de Acompanhamento de Obra*. Recife: UFPE, 1995.

FONTES, Breno Augusto Souto Maior. *Redes, Práticas Associativas e Poder Local*. 1.ed- Curitiba: Appris, 2011.

FONTES, Breno Augusto Souto Maior. *Redes Sociais e o Poder Local*. Recife: UFPE, 2012.

TERCEIRO SETOR: ANÁLISE DA ONG “ORQUESTRANDO A VIDA” COMO EXEMPLO DE INTERVENÇÃO EXITOSA NO ENSINO DA MÚSICA NA PERSPECTIVA DA PEDAGOGIA SOCIAL

SÉRGIO INÁCIO DA ROSA

Instituto Federal Fluminense / Universidade Estácio de Sá.
sergioinacioiff@gmail.com

ANTHONE MATEUS MAGALHÃES AFONSO

Instituto Federal Fluminense / Universidade Estácio de Sá.
anthone.mateus@gmail.com

WANIA REGINA COUTINHO GONZALEZ

Universidade Estácio de Sá / Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
waniagonzalez@gmail.com

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar as ações educativas de uma Organização Não Governamental (ONG) pertencente ao terceiro setor, orientada ao ensino da música, com intuito de verificar potencialidades nesse espaço não escolar no acesso à cidadania e à transformação social. São apresentados resultados de pesquisa realizada na ONG Orquestrando a Vida, localizada na cidade de Campos dos Goytacazes - RJ/Brasil, que faz uso do dispositivo musical sinfônico (coros e orquestras) para introduzir, desenvolver e aprimorar conceitos e atitudes positivas em seus alunos, promovendo condições de bem-estar, de convivência e de exercício da cidadania. A opção de escolha dessa organização, entre outras investigadas, deu-se a partir de suas particularidades diferenciadas relativas ao ensino da música como instrumento estratégico de conscientização social, além de comprovados exemplos de sucesso profissional de seus egressos nos 21 anos de sua existência. Buscou-se, diante disso, averiguar a possibilidade do ensino da música na ONG ser capaz de promover o resgate da cidadania e autoestima, contribuindo então para a inserção e transformação social. A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise documental (textual e digital) e entrevista. Foram identificadas potencialidades nas ações educativas voltadas para o ensino da música como instrumento de resgate da autoestima e acesso à cidadania de jovens em situação de vulnerabilidade social. Destaca-se a interpenetração desse espaço educativo com vistas à transformação social, contando com o imprescindível auxílio das redes sociais digitais no que tange a ampla capacidade de difusão e popularização de suas ações educativas.

Palavras-chave: Redes Sociais; ONG; Espaços não escolares; Transformação social.

Abstract

This article aims to analyze the educational actions of a non - governmental organization (NGO) belonging to the third sector, oriented to the teaching of music, in order to verify potentialities in this non - school space in access to citizenship and social transformation. Research results are presented at the NGO Orquestrando a Vida, located in the city of Campos dos Goytacazes - RJ / Brazil, which makes use of the symphonic musical device (choirs and orchestras) to introduce, develop and improve concepts and positive attitudes in its students, promoting conditions of well-being, coexistence and exercise of citizenship. The choice of this organization, among others investigated, was based on its unique characteristics related to the teaching of music as a strategic tool for social awareness, as well as proven examples of professional success of its graduates in the 21 years of its existence. It was sought, in front of this, to investigate the possibility of the teaching of music in the NGO being able to promote the rescue of citizenship and self-esteem, thus contributing to the insertion and social transformation. The research was developed from documental analysis (textual and digital) and interview. Potentialities were identified in educational actions aimed at the teaching of music as an instrument for the recovery of self-esteem and access to citizenship of young people in situations of social vulnerability. It emphasizes the interpenetration of this educational space with a view to social transformation, counting on the indispensable help of digital social networks in what concerns the broad capacity of diffusion and popularization of their educational actions.

Keywords: Social networks; NGOs; Non-school spaces; Social transformation.

1. Introdução

Objetivando investigar o contexto educativo nos espaços não formais de ensino pertencentes ao terceiro setor, o grupo de pesquisa de Políticas Públicas, Gestão e Formação de Educadores da Universidade Estácio de Sá (UNESA¹) vem realizando desde 2014, estudos sobre as ações educativas nesses espaços, destinadas principalmente a crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social, cujo escopo destas ações é o resgate da cidadania.

Neste artigo são apresentadas compilações analíticas de resultados da pesquisa realizada na ONG Orquestrando a Vida, localizada na cidade de Campos dos Goytacazes - RJ/Brasil, que faz uso do dispositivo musical sinfônico (coros e orquestras) para introduzir, desenvolver e aprimorar conceitos e atitudes positivas em seus alunos, promovendo condições de bem-estar, de convivência e de exercício da cidadania. A opção de escolha dessa organização, entre outras investigadas, deu-se a partir de suas particularidades diferenciadas relativas ao ensino da música como instrumento estratégico de conscientização social, além de comprovados exemplos de sucesso profissional de seus egressos nos 21 anos de sua existência.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise textual (documentos impressos e em formato digital - disponibilizados na internet) e de entrevistas semiestruturadas feitas *in loco*, realizadas com coordenares pedagógicos, professores, alunos e seus familiares. Direcionamos o empenho da investigação para verificar o grau de potencialidade dos espaços não escolares no acesso à cidadania e consequente transformação social, a partir das ações educativas orientadas especialmente para o ensino da música, tendo como fundamentação teórica os trabalhos de Paulo Freire, Geraldo Caliman e Maria da Glória Gohn.

Destacamos o importante papel das redes sociais digitais no sentido de apoiar a disseminação das ações educativas praticadas pela ONG Orquestrando a Vida, onde o poder de mobilização social é a principal ferramenta para divulgação e acesso aos

¹ Os dados apresentados neste texto fazem parte do projeto Políticas Educacionais: as relações entre os diferentes espaços formativos, coordenado pela professora Dra. Wania Gonzalez. O estudo aborda a interpenetração dos espaços formativos no cenário educacional brasileiro e reconhece potencialidades nos espaços não formais de ensino, como uma perspectiva mais ampla da formação humana.

serviços comunitários oferecidos por esta organização. A pesquisa de campo referente a este tema foi realizada por meio de entrevista no ano de 2017.

O presente artigo está organizado da seguinte forma: iniciamos a discussão com aspectos importantes sobre a ação das ONGs no Brasil, priorizando ações educativas cujos projetos são voltados para o ensino da música como mecanismo de resgate da cidadania com recorte feito a partir dos anos 1990; a seguir são descritos aspectos gerais da pesquisa de campo, base dos fundamentos deste artigo, onde detalhes dos desdobramentos das atividades da ONG Orquestrando a Vida são apresentados, permeando o instrumental teórico com depoimentos colhidos na entrevista, destacando a perspectiva da pedagogia social, assim como a importância das redes sociais digitais nesse panorama. Nas considerações finais são tratados os pontos mais importantes na investigação realizada, apontando as contribuições positivas encontradas na pesquisa voltadas ao combate às desigualdades sociais.

2. Breve histórico das organizações do terceiro setor no Brasil a partir da década de 1990 com enfoque nas ações educativas voltadas ao ensino das artes

Com o final da ditadura militar no Brasil, deu-se início o processo de redemocratização, coincidindo diretamente com a expansão do neoliberalismo, cujas implicações impactam diretamente na forma como os brasileiros se relacionariam, principalmente a partir dos anos 1990, com as questões relativas à cidadania e ao exercício de seus direitos civis. Nesse cenário o conceito de participação cidadã ganha força e de acordo com Gohn (2013) dá lastro a universalização dos direitos sociais, na ampliação do conceito de cidadania e numa nova compreensão sobre o papel e o caráter do Estado, fator que remete as definições das prioridades nas políticas públicas a partir do debate público. Gohn observa que:

A participação passa a ser concebida como intervenção social periódica e planejada, ao longo de todo o circuito de formulação e implementação de uma política pública, porque toda a ênfase passa a ser dada nas políticas públicas (...) Há um novo projeto emancipatório e civilizatório por detrás dessa concepção que tem como horizonte a construção de uma sociedade democrática e sem injustiças sociais (GOHN, 2013, p.241).

Disseminaram-se diversos processos de descentralização, flexibilização e privatização de instituições estatais, ocasionando modificações na relação do Estado

com a sociedade civil, impactando diretamente nas ações que até então eram exercidas exclusivamente pelo poder público, principalmente no que tange as políticas públicas de cunho social.

Diante disso, a sociedade civil organizada passa a ter o papel permanente na participação cidadã. De acordo com Gohn (2013), a chamada “comunidade” é tratada como um sujeito ativo, e não como coadjuvante de programas definidos de cima para baixo. Nessa perspectiva a autora enfatiza que:

A partir dos anos 90, a construção de outros novos conceitos que contribuíram para o arcabouço das políticas de participação institucionalizada como o de uma cidadania planetária, sustentabilidade democrática, etc. (SANTOS, 2000; SCHERER-WARREM, 1999; GOHN, 2013a, 2013b, 2012, 2011). Essas abordagens preconizam que se devem respeitar as diferenças culturais - os valores, hábitos e comportamentos, de grupos e indivíduos, pertencentes a uma sociedade globalizada pela economia e pelas múltiplas interações mediáticas dadas pela TV, Internet e outros (GOHN, 2013, p.243).

Nos anos 1990, as ONGs encontraram na cooperação internacional os recursos oportunos para financiar a luta ao combate às mazelas sociais. Com isso passaram a fornecer canais não oficiais para acesso ao apoio internacional voltados a projetos sociais, contudo, vale ressaltar que não foram as únicas a fazê-lo (igrejas e sindicatos, por exemplo, também se envolveram), todavia, com destaque, essas organizações do terceiro setor se tornaram especialistas no assunto, além disso, a partir de sua independência para angariar recursos oriundos de cooperações internacionais, levaram para a esfera do trabalho social elementos significativos da livre iniciativa, como maior agilidade e eficiência. Tornaram-se centros de recursos humanos a serviço de associações comunitárias e movimentos sociais, articulando, num circuito externo ao governo, iniciativas originadas nos vários planos da sociedade civil.

Nesse contexto, é válido destacar um fato histórico que influenciou as políticas nacionais de educação em 1990: o Brasil foi um dos países que participou da *Conferência Mundial de Educação para Todos*². A “Declaração Mundial sobre Educação para Todos” foi o principal resultado desse evento, cujo objetivo maior seria

² A Conferência Mundial sobre Educação para Todos, foi realizada de 5 a 9 de março de 1990, organizada pela UNESCO, ocorreu em Jomtien, na Tailândia. Durante a conferência, foi estipulada a Declaração Mundial de Educação para Todos, com o intuito de impulsionar os esforços para oferecer a educação adequada para toda a população em seus diferentes níveis de ensino. Ao todo, mais de 150 governos adotaram esse compromisso. Fonte: <<https://www.unicef.org/brazil/resources10230.htm>>. Acesso em: 28 Jun. 2017.

satisfazer as necessidades básicas da aprendizagem de crianças, jovens e adultos de todo o mundo, estabelecendo parâmetros importantes para este fim. Um dos propósitos enfatizados no documento foi o fortalecimento das alianças locais, fato que impulsionaria as ações do terceiro setor, que para subsidiar seus projetos partiu em busca de recursos de fontes plurais e diversificadas.

Neste cenário, as ONGs se fortaleceram e ampliaram sua legitimidade, avocando diversas responsabilidades sociais, ampliando consideravelmente suas atividades e abarcando com isso financiamentos tanto do setor público como do privado. A ascensão dessas instituições nesse período foi um fato histórico importante para se compreender como se estruturou e fortaleceu novos caminhos para a educação não formal no Brasil.

Em especial, no âmbito das atividades das ONGs, o ensino das artes se expandiu significativamente, incluindo e atendendo grande número de crianças e jovens em programas culturais e artísticos, com intuito de romper os limites da exclusão causado pelas desigualdades sociais, com a intenção de promover ambientes que estimulassem a participação social, a conscientização e a formação educacional por meio do ensino da arte-cultura, diferenciando-se sobremaneira dos ambientes formais de ensino.

O pensamento de Freire (1983, p. 42), ilustra esse ambiente diferenciado e criativo, quando sustenta que: “minimizado e cerceado, acomodado a ajustamentos que lhe sejam impostos, sem o direito de discuti-los, o homem sacrifica imediatamente a sua capacidade criadora”. Nessa ótica, a ONG Orquestrando a Vida tem como propósito a utilização do ensino da música como instrumento de apoio e conscientização para a transformação social e acesso à cidadania, no combate às desigualdades sociais como meio de inclusão social, atuando no desenvolvimento do pensamento crítico do indivíduo, ampliando a capacidade de realizar uma releitura dos conceitos difundidos pela sociedade e ressignificando valores até então ocultos, atitude que corrobora com a ideologia Freiriana, quando defende que: “A integração resulta da capacidade de ajustar-se à realidade acrescida da de transformá-la, a que se junta a de optar, cuja nota fundamental é a criticidade” (FREIRE, 1983, p. 42).

Podemos perceber a importância dessas ações desenvolvidas pelas ONGs no cenário nacional, no que tange a capacidade de conscientizar criticamente o cidadão, entretanto é conveniente ressaltar que tais ações são fatores complementares à educação formal, que possui uma estrutura engessada e burocraticamente normatizada em seus

“conteúdos teóricos”, fato que dificulta a flexibilidade de sua agenda. Neste aspecto concordamos com Gohn (2014), quando enfatiza que:

Às vezes me perguntam “as coisas que preconizo para a educação não formal, a escola formal não deveria fornecer?”. E eu respondo. Sim, formar para a cidadania está na Lei maior da educação nacional brasileira, na LDB-Lei de Diretrizes e Bases da Educação. Mas a educação formal tem atributos próprios e específicos, oxalá possa cuidar bem deles tais como, em alfabetizar bem, apreender o básico sobre a arte da matemática, dar acesso aos conhecimentos historicamente acumulados pela humanidade etc. Tudo isso é formar o cidadão, portanto jamais um cidadão se forma apenas com a educação não formal (GOHN, 2014, p.41-42).

Deste modo, em consonância com a autora, sinalizamos que a os espaços não formais de ensino são na realidade coadjuvantes imperiosos na formação e construção da cidadania das pessoas, que pelo fato de ser menos engessada burocraticamente e mais flexível com relação a normatização, consegue atingir a atenção e o imaginário dos jovens, promovendo com isso metodologias diferenciadas para os processos de ensino-aprendizagem. Desta forma, como exemplo oportuno, a partir do ensino das artes e em especial da música torna-se possível estabelecer processos de inclusão social via resgate da riqueza cultural daquelas pessoas, expressa na diversidade de práticas, valores e experiências. Ela potencializa o processo de aprendizagem, complementando-o com outras dimensões que não têm espaço nas estruturas curriculares (GOHN, 2014).

Quando esse potencial é aliado a grande capacidade de alcance e impacto, viabilizado pelas redes sociais, temos então uma ferramenta multifacetada de amplo espectro para promoção, divulgação e acessibilidade aos projetos e programas desenvolvidos pelas Organizações Não Governamentais. Sobre esse aspecto é válido destacar que as redes sociais, no que tange a sua importância para organizações do terceiro setor, convertem-se numa via crucial de fortalecimento de conexões comunitárias mais solidárias, organização de eventos sociais, adesão participativa de voluntariado, mobilização de grupos convergentes no interesse de ações voltadas a políticas públicas, entre muitas outras ações, conforme pode ser visto na próxima seção, onde apresentamos as principais características da ONG investigada neste trabalho, bem como, da importância das redes sociais digitais no cenário de suas ações educativas.

3. Conhecendo a ONG Orquestrando a Vida e suas ações educativas no cenário das redes sociais

Nesta seção apresentaremos informações consideradas relevantes sobre a ONG investigada com intuito de conceder ao leitor uma dimensão mais clara das ações educativas desenvolvidas naquele espaço, bem como, ressaltar a importância das redes sociais no âmbito de suas ações. O conteúdo será permeado com relatos colhidos durante as entrevistas realizadas *in loco*, onde a perspectiva da pedagogia social e as contribuições das redes sociais nortearão o suporte argumentativo da pesquisa, permitindo avançar para análises mais profundas em outros trabalhos similares ao tema proposto nesta abordagem.

A ONG Orquestrando a Vida, está localizada na Cidade de Campos dos Goytacazes-RJ/Brasil. Conforme análise documental e relatos do presidente da entidade, a ação nasceu a partir da primeira visita de uma delegação venezuelana de professores de música e maestros, ocorrida nos anos 1990, cujo objetivo era implantar no Brasil o projeto de Orquestras Juvenis e Infantis denominado “El Sistema”³ (*Fundacion Simón Bolívar*). Este encontro deu origem à ONG Orquestrando a Vida, onde de acordo com sua missão, utiliza a música clássica como meio de apoio, reforço e complementação da educação escolar formal.

O seu principal objetivo é o resgate social de crianças, adolescentes e jovens através do ensino da música em grupo para formação de grupos sinfônicos corais e orquestrais, dedicando à capacitação e recuperação de jovens mais vulneráveis da sociedade. No período da pesquisa a direção artística e regência pertencia ao maestro Luís Mauricio Carneiro e a Direção Geral ao maestro Jony William Villela, que em entrevista declarou que:

A ONG Orquestrando a Vida tem como principal finalidade unir o aspecto social existente na educação com a prática musical, utilizando-se da música como principal ferramenta de inclusão social.

³ *El Sistema* ("O Sistema") é um modelo didático musical, idealizado e criado na Venezuela por José Antonio Abreu (economista e músico), que consiste em um sistema de educação musical pública, difuso e capilarizado, com acesso gratuito e livre para crianças e jovens adultos de todas as camadas sociais. *El sistema* é gerido pela *Fundación del Estado para el Sistema Nacional de las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela* (FESNOJIV), órgão estatal venezuelano. A importância desse método não é apenas artística. A maior parte dos jovens músicos de *El Sistema* provém das camadas mais carentes da população. Nas orquestras e coros, por meio de muito empenho pessoal e disciplina, o jovem encontra na música uma via de desenvolvimento intelectual e promoção social. Fonte: <<http://fundamusical.org.ve/el-sistema/>>. Acesso em: 28 Jun. 2017.

No decorrer do tempo, percebemos que realidades se transformam, com a convivência diária nas atividades oferecidas pela ONG, comprovando-se nas faces, nos olhares e nas atitudes, as transformações de realidades tristes em situações de segurança e alegria. Ao longo desses 21 anos de existência, muitos foram os desafios e lutas para manter um ideal de transformação social e profissionalização através da música. São centenas de crianças abandonadas por seus pais em abrigos da cidade, outras vivenciando muito de perto a realidade das drogas e da violência nas comunidades, desafios estes que não nos permitem ficar em paz e inativos enquanto conhecedores do grande poder transformador que a música possui (Maestro Jony William – ONG Orquestrando a Vida).

Tal realidade, sob a ótica da pedagogia social, pode ser melhor entendida nas palavras de Caliman, quando adverte que:

A Pedagogia Social no Brasil tende a ser concebida como uma ciência que pertence ao rol das Ciências da Educação, uma ciência sensível à dimensão da sociabilidade humana, ou seja, que se ocupa particularmente da educação social de indivíduos historicamente situados. Uma educação que ocorre de modo particular lá onde as agências formais de educação não conseguem chegar; nas relações de ajuda a pessoas em dificuldade, especialmente crianças, adolescentes e jovens que sofrem pela escassa atenção às suas necessidades fundamentais. Práticas que abordam processos educativos que ocorrem fora das escolas, em processos educativos da sociedade civil, ao redor de ações coletivas do chamado terceiro setor da sociedade, abrangendo movimentos sociais, organizações não governamentais e outras entidades sem fins lucrativos que atuam na área. (CALIMAN, 2010, p. 343).

A partir deste entendimento, reconhecemos, em concordância com Gohn (2005), que a música tem sido, por suas características, uma linguagem universal capaz de atrair a atenção de todas as faixas etárias, e, portanto, o grande espaço para o desenvolvimento da educação não formal. Desta forma, a ONG estudada se constitui um palco fecundo para práticas cujos processos educativos utilizam o ensino da música como linguagem universal em busca de resgate do cidadão.

Convém destacar que a opção em realizar pesquisa acadêmica nesta ONG se baseou principalmente no fato da organização prestar serviços de natureza educativa há mais de 21 anos na cidade de Campos dos Goytacazes-RJ/Brasil, sendo ainda esta organização referência internacional na área de educação musical, realizando diversas apresentações pelo mundo inteiro. Portanto, a escolha se apoia na pertinência e seriedade do papel exercido pela organização para com a sociedade civil, cujo propósito fundamental, segundo seus colaboradores, voluntários e documentos legais verificados, consiste em utilizar o ensino da música como instrumento de apoio para a cidadania e transformação social.

Importante ressaltar que a ONG Orquestrando a Vida, de acordo com análise documental dos registros financeiros conferidos durante a pesquisa, não recebe recursos permanentes oriundos dos cofres públicos. A instituição sobrevive a partir de doações voluntárias, parcerias com a iniciativa privada e promoção de várias atividades (almoços, rifas, sorteios, bingo e concertos musicais) para ajudar a manter seus compromissos sociais e financeiros.

Portanto, a Orquestrando a Vida necessita de apoio financeiro a partir de contribuições, na maior parte dos casos filantrópicas, para manter suas atividades em funcionamento. Segundo dados pesquisados, são centenas de jovens e crianças que precisam continuar as atividades oferecidas pela organização para manterem as oportunidades de melhoria de vida proporcionadas pelo caráter intrínseco do projeto, pois têm no aprendizado da música ingredientes capazes de afastá-los das condições de exclusão e vulnerabilidade social dos quais são vítimas.

E além da ação social, transformadora, está também o princípio educacional do ensino da música, cuja seriedade e compromisso são ressaltados nas declarações do seu diretor, quando assegura que:

A gente não faz um projeto social com um nível musical baixo, não, a gente tem um trabalho com um nível musical de excelência, isso faz com que os jovens e as crianças se desafiem a cada dia, a cada dia é um repertório mais pesado, mais complicado e esses desafios fazem com que eles busquem a excelência, eles se reúnem todos os dias para se superarem e isso é faz com que eles olhem para cima (Maestro Jony William – ONG Orquestrando a Vida).

E sobre os aspectos diferenciados do modelo didático adotado, complementa ainda afirmando que:

No ensino tradicional de música se uma criança quisesse, não poderia por exemplo tocar um repertório de Beethoven assim que chegasse até nós, mas a metodologia El sistema, que seguimos fielmente aqui, quebra esse paradigma do ensino tradicional da música, o El Sistema não crê nisso, o El Sistema crê que esses empecilhos são colocados porque quem tá à frente do ensino dos conceitos básicos da música, muitas vezes não sabem desenvolver na criança a habilidade suficiente que ela precisa ter para alcançar aquele objetivo desejado no ensino musical, e isso pode fazer com que ela desista de aprender, aqui nós ensinamos o que eles querem aprender em termos de música clássica, porém disciplina constante e dedicação será o preço a pagar para atingir aquele desejo, independente do grau de dificuldade (Maestro Jony William – ONG Orquestrando a Vida).

A Orquestrando a Vida quando do levantamento da pesquisa contava com 1.180 jovens instrumentistas e cantores, divididos em 05 (cinco) orquestras, 01 (uma) banda sinfônica e 23 (vinte e três) orfeões (componentes do canto coral - nome dado ao conjunto de atividades ligadas a um coro ou a uma capela).

Em caráter estrutural, suas atividades se dividem em dois núcleos básicos: Núcleo Central de Orquestras, localizado na sede do Centro Cultura Musical onde são realizados o treinamento de jovens músicos de maneira intensiva na preparação de concertos, ensaios e apresentações públicas, bem como treinamento instrumental individualizado. E o núcleo Coral Avançado, localizado em escolas públicas e privadas da cidade de Campos dos Goytacazes-RJ, que conta com a participação de diversos maestros em formação, objetivando a composição de corais nas escolas e com isso sua inserção dentro das atividades artísticas e sociais promovidas pela ONG, priorizando jovens em estado de vulnerabilidade social em busca do resgate da cidadania e possível transformação musical a partir do dispositivo didático-pedagógico do ensino da música, o *'El Sistema'*.

Neste contexto, realizando uma análise sob a ótica da dimensão prática da Pedagogia Social, recorreremos a Caliman (2010), quando defende que em situações cujas realidades emergem de pedidos de ajuda, de solidariedade e de orientação, o potencial de intervenção de ações educativas desse tipo possuem vigoroso poder de intervenção, advertindo que:

Tal intervenção, no entanto, deve ser preventiva, para que as pessoas, sobretudo as mais jovens, cresçam de modo sereno e equilibrado. A ação preventiva se dá através da educação que, extrapolando os limites das salas de aula, se desenvolvem por meio de atividades culturais, de ocupação do tempo livre: esporte, lazer, música, teatro, ritmo, expressão e arte etc (CALIMAN, 2010, p. 357-358).

Nesta perspectiva, surge a importância das redes sociais digitais no sentido de amplificar a voz das ações educativas disponibilizadas pela instituição, além de promover também o apoio do voluntariado nos desdobramentos de suas atividades, intensificando o lastro e o alcance da ONG no panorama da sociedade civil organizada, seja na captação de recursos e subsídios para o financiamento de seus projetos, seja para ampla divulgação dos mesmos, fator que vai impactar diretamente no poder de influência sobre as demandas de políticas públicas locais, uma vez que os resultados da

parceria da instituição com as entidades públicas educacionais recebem maior amplitude e visibilidade.

Podemos perceber o papel preponderante das redes sociais no poder de acesso e comunicabilidade da ONG Orquestrando a Vida enquanto entidade de apoio aos empreendimentos sociais. Recorremos a Gohn para ilustrar melhor esse papel:

Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet. Por isso, exercitam o que Habermas denominou de o agir comunicativo. A criação e o desenvolvimento de novos saberes, na atualidade, são também produtos dessa comunicabilidade (GOHN et al., 2011, p.335-336).

Verificamos que o poder de ampliação e reconhecimento da abrangência do trabalho destas organizações tem como principal instrumento as redes sociais, uma vez que aglutinam a sociedade nos desdobramentos de suas ações, cooptando novos atores sociais para o apoio participativo em suas atividades. Sobre esta perspectiva, em entrevista acadêmica concedida em maio de 2017, o maestro Jony William declarou que a importância das redes sociais para a ONG Orquestrando a Vida possui vários aspectos que abrangem a disseminação das promoções artísticas realizadas pelos segmentos sociais, culturais e educacionais na instituição, o que permite uma compreensão mais clara e transparente das finalidades do trabalho proposto pela organização, assegurando com isso parcerias importantes para o projeto, ele acentua ainda que:

O Facebook por exemplo, é um parceiro fantástico para divulgar as ações da Orquestrando a Vida, permitindo interação com toda sociedade. Realizamos uma turnê de 10 dias em Portugal, na região de Porto Real, Coimbra e Lisboa, cidade onde encerramos as apresentações artísticas com nossas crianças e jovens no teatro nacional de São Carlos, todos os nossos colaboradores e demais parceiros puderam acompanhar em tempo real nossas atividades naquele país e isso só foi possível devido a essa ferramenta que permite acesso global. Além disso, boa parte de nossas viagens, nacionais e internacionais só são possíveis porque o mundo inteiro conhece a seriedade do nosso trabalho pelas redes sociais, o que facilita a doações de instrumentos musicais e até mesmo para manter ou criar novas parcerias com órgãos internacionais de diversos segmentos, daí recebemos convites e até financiamentos para realizar apresentações como essa, e isso permite ainda recebermos visitas em nossa sede de estudiosos, músicos e artistas do mundo inteiro a fim de conhecer melhor nossas atividades com crianças e jovens carentes. (Maestro Jony William – ONG Orquestrando a Vida).

Sobre essa apresentação internacional ocorrida em 2013, destacamos também as declarações do aluno Hodyllon Martins que participou da turnê:

Estou muito feliz pela oportunidade maravilhosa! Está sendo uma honra tocar na Europa, vou realizar um dos meus sonhos. Tenho certeza que será uma experiência incrível, com um amadurecimento musical e intelectual muito grande. Estou estudando e trabalhando muito porque sei que a Europa é palco de grandes músicos solistas e das grandes orquestras. Estou também muito ansioso e mega feliz com minha 3ª turnê internacional, Bolívia em 2010, Nova York 2011, tenho certeza que Portugal será melhor ainda. Fazer parte da Orquestra está sendo uma bênção na minha vida, porque além de poder representar minha cidade, ajuda muito a todos nós músicos que viemos de famílias de baixa renda. Hodyllon Martins - 18 anos - violinista da Orquestra Municipal de Campos⁴ (Hodyllon Martins – aluno da ONG Orquestrando a vida).

A apresentação em Lisboa foi realizada para celebrar o 109º aniversário da independência do Brasil e a aliança histórica dois países, sob o patrocínio da embaixada brasileira em Portugal e doações particulares. Noticiada pela CNN⁵, o artigo publicado destacou que:

O concerto em si não seria incomum sem os membros da Orquestra. A Orquestra Municipal Mariuccia Iacovino é feita de jovens brasileiros da faixa dos 11 aos 18 anos, que enfrentam problemas com drogas, violência, abuso infantil e problemas familiares. Estas crianças encontraram na música a paz e o lar, que os deu força para enfrentar os problemas e sair do ambiente de onde vieram e se integrar à sociedade. (...)

É impressionante ver agora em seus rostos a alegria, o espírito de união, nessas jovens almas assustadas. (...)

Eles mostram a atitude de solenidade e respeito tocando Tchaikovsky e os movimentos lúdicos de seus corpos, seus instrumentos, ao som das batidas do samba brasileiro, num Carnaval de ritmos. Eles trazem em suas turnês pelo mundo o melhor que o Brasil pode oferecer, e estão orgulhosos disso.

(Fonte: <<https://academiadeorquestrasecoros.blogspot.com.br/2013/09/nucleo-tira-gosto.html?m=0>>. Acesso em 28 jun. 2017).

Nota-se diante do depoimento que as redes sociais digitais se revelam como uma das principais ferramentas utilizadas pela ONG para propagar suas atividades, angariar recursos e ainda expandir o alcance de divulgação de suas ações educativas. Nesse contexto fica evidenciada a relevância desses meios de comunicação como principal instrumento de divulgação e mobilização social para a realidade da ONG Orquestrando a Vida.

Assim sendo, entendemos que o ensino da música desenvolvido na ONG se converte em uma forma de inovação pedagógica factível para o resgate da cidadania, no âmbito da pedagogia social, uma vez que as ações socioeducativas praticadas neste

⁴ Fonte: <<http://academiadeorquestrasecoros.blogspot.com.br/2013/08/t-u-r-n-e-p-o-r-t-u-g-l-2-0-1-3.html>>. Acesso em 28 jun. 2017.

⁵ Para conferir a reportagem original completa e o vídeo da apresentação intitulada ‘De Tchaikovsky ao Samba’, acessar: <http://ireport.cnn.com/docs/DOC-1033031>

espaço diferenciado são permeadas por atitudes capazes de combater e/ou amenizar problemas sociais, onde o suporte das redes sociais digitais contribui para a abrangência de suas práticas.

Salientamos também que um dos fatores que motivaram a realização deste trabalho partiu da carência de textos acadêmicos sobre pesquisas científicas realizadas em território brasileiro sobre o tema proposto, fato comprovado por pesquisa nos diversos bancos de dados de trabalhos acadêmicos e site da ABONG⁶.

4. Considerações Finais

A temática abordada partiu prioritariamente da verificação do papel da ONG Orquestrando a Vida como instituição não formal de ensino na contemporaneidade, tendo como perspectiva teórica os pressupostos da pedagogia social. O estudo focou na dimensão das ações educativas do ensino musical praticadas pela ONG investigada, cujos propósitos são voltados ao combate das diversas desigualdades sociais. Procurou ainda descortinar possíveis potencialidades desse espaço não escolar no acesso à cidadania e consequente transformação social, decorrente de suas ações socioeducativas, ações estas suportadas pela ampla divulgação do poder de difusão das redes sociais.

Cabe ressaltar, que o presente estudo se preocupou em ir além de generalizações que classificam as ONGs como promotoras de políticas neoliberais privatizantes, voltadas a minimizar a participação do estado com forte ênfase na globalização. Afastando-se também da versão de que as ONGs são manifestações redentoras da sociedade civil organizada, como resultado do combate a ineficiência do Estado, ou ainda de que essas instituições são estabelecidas em sua grande maioria para mascarar o desvio sórdido de verbas públicas, oficializando falcatruas praticadas por ações ímprobas de políticos e gestores.

O que se pretendeu neste artigo foi avançar para além do trivial difundido pelos diversos meios de informação atuais, em direção a resultados que desvelem de maneira consistente as potencialidades daquele ambiente educacional, apoiado em fatos comprováveis e experiências reais. Objetivamos investigar o cenário complexo,

⁶ Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais - <http://www.abong.org.br>

multifacetado e por isso muitas vezes controverso dos serviços prestados em prol da justiça social e da dignidade cidadã por essa organização pertencente ao terceiro setor. Organizações essas, presentes incontestavelmente e em grande número no universo intrincado da sociedade moderna, que também é cenário onipresente do poder irrefutável das redes sociais digitais, quando utilizadas como elemento proficiente na disseminação da práxis da “Orquestrando a Vida” enquanto objeto de estudo.

Buscamos enfim, contribuir para a identificação de práticas e ações pedagógicas que possuam uma abordagem diferenciada e mais abrangente para formação e conscientização dos indivíduos, mediante o reconhecimento do seu direito de apropriação de condições de igualdade, para que tenham uma vida digna por meio da proteção das garantias dadas pelo estado de direito, que por muitos motivos lhe são negadas.

A partir do recorte realizado, na dimensão do *lócus* da pesquisa, fundamentado pela análise das ações educativas no ensino da música praticada pela ONG Orquestrando a Vida, apoiado ainda pelo referencial teórico adotado, foi possível perceber no campo de domínio da pesquisa que a interpenetração desse espaço educativo, contando com o imprescindível auxílio das redes sociais no que tange a ampla capacidade de popularização das atividades da instituição, contribui de maneira decisiva para o resgate da cidadania, com vigoroso potencial para mobilização e transformação social, uma vez que suas ações educativas são revestidas de forte comprometimento com a cidadania e com os valores humanos.

Referências

ABONG, 2017. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

CALIMAN, G., 2010. *Pedagogia social: seu potencial crítico e transformador*. Revista de Ciências da Educação, Americana, ano XII, n. 23.

FREIRE, P., 1983. Educação como prática de liberdade. Paz e Terra.

GOHN, M. G., 2005. *Educação não formal e cultura política: impactos sobre o associativismo do terceiro setor*. São Paulo: Cortez.

_____, 2013. *Sociedade civil no Brasil: movimentos sociais e ONGS*. Revista Meta: Avaliação, v. 5, n. 14, p. 238-253.

_____, 2014. *Educação não formal, aprendizagens e saberes em processos participativos*. Investigar em Educação, v. 2, n. 1.

GOHN, M. G. et al., 2011. *Movimentos sociais na contemporaneidade*. Revista brasileira de educação.

ORQUESTRANDO A VIDA, 2017. Disponível em: <<http://academiadeorquestrasecoros.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

AS “VIDEOGRAFIAS DE SI” COMO EXPERIÊNCIA COMPARTILHADA: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS E ITINERÁRIOS DAS NARRATIVAS EM VÍDEO DE JOUT JOUT PRAZER

KÁRIN KLEM LIMA
IFFluminense / UENF
(klemkarin@gmail.com)

FERDINANDA FERNANDES MAIA
IFFluminense
(ferdinanda.maia@gmail.com)

ANALICE DE OLIVEIRA MARTINS
IFFluminense / UENF
(analice.martins@terra.com.br)

Resumo

Diante da facilidade de acesso a ferramentas de produção, veiculação e reprodução de conteúdos, o audiovisual encontra em ambientes como as plataformas de compartilhamento de vídeo campo para a experimentação de gêneros específicos, dentre os quais destacam-se as narrativas de caráter autobiográfico. Observa-se o interesse por diferentes modos de registro do cotidiano e da intimidade, que têm, no ambiente virtual de plataformas como o *YouTube*, espaço para a experimentação também de diferentes linguagens e códigos, além do audiovisual, introduzindo novas formas narrativas e modos de circulação próprios da comunicação. Os mecanismos de interação e compartilhamento geram no vídeo itinerários, fazendo-o transitar por diferentes *sites*, incorporando *links*, comentários, compartilhamentos e ações realizadas pelos espectadores, conferindo-lhe uma verdadeira rede de significação. Ao mesmo tempo, as práticas videográficas desse gênero reconfiguram a relação entre autor e espectador, estimulando a interação entre ambos e entre os próprios espectadores, criando uma verdadeira rede de relacionamento em torno do vídeo. Neste sentido, por meio da análise do canal do *YouTube Jout Jout Prazer*, o presente artigo objetiva analisar como os diferentes papéis presentes no processo de produção e consumo das práticas videográficas de caráter autobiográfico, as *videografias de si* (COSTA, 2009a), reconfiguram essa relação entre autor e espectador, contribuindo para que a prática autobiográfica adquira, em seu espaço de intimidade, uma dimensão de experiência compartilhada.

Palavras-chave: videografias de si; práticas autobiográficas contemporâneas; redes de relacionamento; internet.

Abstract

Given the ease of access to the tools of production, broadcast and reproduction of content, the audiovisual finds environments as video sharing websites field for an experience of specific genres, among which stands out as autobiographical narratives. One observes the interest in different ways of recording daily life and intimacy, which have in the virtual environment of platforms such as YouTube space for an experience also of different languages and codes, besides the audiovisual, introducing new narrative forms and ways of circulation of communication. The mechanisms of interaction and sharing generate in the video itineraries, making it go through different sites, incorporating links, comments, shares and actions taken by the viewers, giving it a real signaling network. At the same time, as videographic practices of the genre reconfigure the relationship between author and viewer, stimulating an interaction among so many and among users, creating a true network of relationship around the video. Therefore, through the analysis of the *YouTube* channel *Jout Jout Prazer*, the present article aims to analyze how the different roles in the production and consumption process of autobiographical videographic practices, such as *videografias de si* (COSTA, 2009a), reconfigure the relationship between author and spectator, contributing to the practice of autobiography acquires, in its space of intimacy, a dimension of shared experience.

Keywords: videografias de si; contemporary autobiographical practices; relationship networks; internet.

1. Introdução

Diante da popularização das ferramentas para produção, distribuição e exibição de conteúdos na internet, o perfil do espectador passa por transformações estimuladas pela nova relação que ele, agora também inserido no processo comunicacional como usuário da internet, estabelece com a informação. O acesso a ferramentas e dispositivos tem contribuído para a reconfiguração dos modelos e modos de circulação de produtos de comunicação dos mais diferentes tipos.

Nesse cenário, a exposição da intimidade dissemina-se por diferentes linguagens pela internet. O cotidiano tem livre acesso e o interesse de um público de números potenciais. Com as transformações que a evolução das ferramentas e dispositivos tecnológico-digitais provocam nos paradigmas comunicacionais, as narrativas de si ganham novas formas de expressão por meio de escritas, imagens, sons e vídeos. Mais do que formas de expressão e narrativas, observa-se que as escritas íntimas estabelecem novos processos de criação ensejados pelos recursos de interatividade presentes nos sites, canais de plataforma de compartilhamento de vídeos, redes sociais, entre outros espaços virtuais.

No caso dos códigos audiovisuais, a difusão dos dispositivos para produção e reprodução de vídeos e a circulação desses produtos em redes sociais ou em plataformas mais direcionadas para o seu compartilhamento, como o *YouTube*, parecem oferecer ambiente favorável à criação dessas narrativas de caráter autobiográfico, que têm se popularizado pelas redes. Costa (2009a) define essas narrativas como *videografias de si*, “novas formas de registro autobiográfico em vídeo nas quais a enunciação de si funciona como um modo de historização pessoal” (Costa, 2009a, p. 146). A prática do registro da intimidade na *web* apresenta características próprias em todo o seu processo produtivo – desde a criação à divulgação –, relacionadas, em grande parte, a essas novas relações que emergem de uma reconfiguração que acontece nos polos emissor e receptor do tradicional esquema de comunicação. Os novos papéis que entram em operação e a interatividade presente nesses novos modos de narrar a intimidade deixam em evidência o papel que o outro pode assumir na construção de uma experiência que se pressupõe, a princípio, mais individual como a narrativa autobiográfica pode conter e revela uma dimensão compartilhada que habita dentro das escritas de si.

Assim, por meio da análise do canal do *YouTube Jout Jout Prazer*, este artigo objetiva investigar como os diferentes papéis presentes no processo de produção e consumo das práticas videográficas de caráter autobiográfico reconfiguram essa relação entre autor e espectador,

contribuindo para que a prática autobiográfica adquira, em seu espaço de intimidade, uma dimensão de experiência compartilhada.

2. As práticas autobiográficas contemporâneas no *YouTube*

A estrutura midiática instaurada pela cibercultura tem provocado impactos importantes para a configuração das novas relações sociais e comunicacionais. Os fluxos comunicacionais que surgem com as mídias de funções pós-massivas geram produtos personalizáveis, tornam o acesso à informação mais direto e livre entre os usuários da rede, distribuindo a centralidade da mediação exercida anteriormente por empresas e veículos de comunicação, no modelo baseado em mídias de funções massivas (Antoun, 2008; Lemos, 2010). As novas ferramentas de funções pós-massivas permitem ainda que o autor domine, em tese, todo o processo criativo e crie sua comunidade de usuários, organizados em nichos de interesse, com canais abertos para trocas de informações e criação de vínculos entre eles (Lemos, 2010, p. 158). Tal transformação contribui para o surgimento de um público auto-organizado e participativo, conforme observa Antoun (2008, p.11): “o consumidor tornara-se um usuário cada vez mais exigente, capaz de interagir e comunicar-se através da internet usando os mais diferentes tipos de dispositivos de comunicação”.

Por meio do uso de ferramentas da segunda geração da *web* (a *web 2.0*) tais como *blogs*, *podcasts* e *wikis*, o autor estabelece seus próprios vínculos de contato e criando suas próprias comunidades. Com isso, usuários têm meios acessíveis de produzir informação e têm acesso a outras fontes, desenvolvendo assim, uma nova relação com a mesma:

Essa maneira de ordenar constrói redes sociais visíveis e duradouras, contribuindo para o seu crescimento e proliferação. Diferentes das instituições e dos grupos, as redes sociais fazem circular, através de seus canais, notícias, dicas, interesses no seio de uma comunidade que partilha certas atividades e age coletivamente. O canal de uma rede social é formado pela interação entre seus membros (...). As redes sociais promovem comunidades de atividades de interesse, em vez de grupos de opinião da imprensa ou das massas da comunicação da mídia irradiadora (Antoun, 2008, p. 14).

O ciberespaço, portanto, fez emergir não apenas uma dimensão tecnológica mas uma importante dimensão social (Primo *apud* Antoun, 2008, p. 105), ao oferecer novos meios de interação nas cartografias fluidas que emergem no ambiente virtual. Segundo Bentes (2006), os dispositivos das tecnologias de comunicação e de produção de redes e mediação social, em exponencial crescimento, configuram, classificam e modificam as formas de relacionamento,

trazem novas formas de organização: “(...) são dispositivos que colocam os consumidores em contato, criam redes e, mais do que isso, organizam os consumidores e os transformam em interatores e performadores” (Bentes, 2006, p. 104). Percebe-se essa participação mais ativa na busca e na construção da informação, uma vez que os polos de emissão e recepção contam agora com essa variável do *usuário*, que é também um produtor de informação, conteúdo e encontra espaço para a publicação do seu produto – seja este audiovisual, escrito, imagético, sonoro – assegurado na *web*. Ainda de acordo com Bentes (2006, p. 105), “as tecnologias doméstico-industriais transformam cada um de nós em unidades móveis de produção de imagens e informação que alimentam o sistema de comunicação e o circuito de arte”.

Direcionando os impactos gerados por essas transformações para o campo do audiovisual, observa-se que os vídeos, quando na *web*, passam também a constituir parte de uma rede:

Os vídeos, quando se trata do audiovisual da *web*, nunca estão sozinhos. Eles fazem parte de uma verdadeira rede junto a outros vídeos, comentários, *links* dentro e fora deles que remetem a outros vídeos, a outros canais. E isso tudo muda nossa maneira de ver e de tratar o audiovisual, nos conecta de novas formas com ele e o insere numa interface com o usuário que tem nas plataformas de compartilhamento de vídeo o principal território de enunciação e experimentação (Montaño, 2015, p.1).

A autora avalia que as plataformas de compartilhamento de vídeo lidam com um usuário em trânsito, estimulam uma série de ações que vão além do ato de assistir a um determinado vídeo. Os usuários engajam-se em listas de reprodução criadas pelos mecanismos de leitura e interpretação de dados feitas pela própria plataforma a partir dos cliques gerados pelo usuário, buscam perfis de outros usuários, navegam por outras contas e perfis, acessam *links*, que, por sua vez, os remeterão a ambientes externos, como outras redes sociais e sites, respondem ao vídeo com comentários, incorporam um vídeo em seu canal próprio, produzem um material original. Geram, portanto, uma série de percursos a partir da seleção de um único vídeo.

Dentre as plataformas de compartilhamento de vídeo, o *YouTube* destaca-se como principal fonte de arquivo e circulação de vídeos da atualidade¹. A plataforma evidencia esses dois aspectos até aqui levantados sobre duas redes que se formam em torno do vídeo: a rede de

¹ Em pesquisa realizada no site [Alexa.com](http://www.alexa.com), o *YouTube* aparece como segundo site mais popular, perdendo somente para o Google. Fonte <<http://www.alexa.com/topsites>>. Acesso: 20/05/2017.

que o vídeo, enquanto produto, faz parte e é ponto de partida para diferentes trânsitos que o colocam em um constante processo de ressignificação e as redes sociais de relacionamento e vínculos entre usuários.

Diante desse cenário estimulado pelas novas relações que surgem entre usuários da rede e pela sua aproximação com a informação, somado ao interesse pela intimidade como tema, as práticas autobiográficas contemporâneas têm encontrado formas de adaptação no ambiente virtual. No contexto atual de disseminação dos códigos audiovisuais, essas narrativas assumem a forma de “videografias de si”, pequenas autobiografias em vídeo no *YouTube*:

Nelas, são descritas e narradas experiências do cotidiano, impressões e análises de si, geralmente ancoradas em situações corriqueiras do dia a dia. Elas são produtos de indivíduos para os quais o registro e a exibição de si em vídeo se torna (*sic*) tanto um modo de representação como uma expressão da subjetividade. Nas videografias, essa dupla função se articula com um viés confessional para constituir sua especificidade (Costa, 2009, p. 206).

Os espaços para o autobiográfico estão mais acessíveis e comportam um número de histórias de difícil mensura na esfera virtual. A estrutura que o indivíduo usuário da rede dispõe atualmente – de espaço e ferramentas – opera para que o discurso autobiográfico não mais seja um privilégio restrito a poucos. Sua difusão “dá voz àqueles que estiveram alijados da emissão das páginas da história, nas quais compareciam apenas como grupo e nunca como indivíduos” (Costa, 2009a, p. 143). Com isso, uma alteração sensível deste novo modelo de comunicação está na visibilidade dada à vida de pessoas comuns: há um deslocamento em relação à intimidade, uma curiosidade crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser de maneira inequívoca como privados (Sibília, 2008, p. 34). Ao mesmo tempo, a veiculação na internet libera o consumo da vida do outro da culpa. O olhar para a intimidade não mais é uma violação de privacidade, pois o privado está público na rede, e os vídeos foram produzidos para serem exibidos (Costa, 2009, p. 212). A escrita íntima adapta-se aos recursos de criação e produção disponíveis na internet para a construção de narrativas e relatos – sejam eles escritos, imagéticos ou audiovisuais. Percebe-se, na mudança do papel para a tela, uma mudança da relação entre quem escreve o diário e quem o consome. Um paradoxo marca essa atualização da prática, na qual o diário deixa de fazer parte exclusivamente da esfera íntima e passa a circular na esfera pública: “o escrito, que deveria, a princípio permanecer fechado para o mundo e para a relações exteriores, se abre para ambos, de uma nova maneira” (Schittine, 2004, p. 31).

A incorporação dos recursos tecnológicos aponta indícios de que esta é uma atividade reagente ao contexto da sociedade na qual está inserida. As práticas permanecem (a escrita

íntima, no caso) e a incorporação dos novos recursos disponíveis gera desdobramentos que lhe agregam novas significações. A publicização da escrita íntima chama a atenção para a presença dessa figura externa do interlocutor – um usuário da rede, que tem acesso a ferramentas de interação com o autor e com outros interlocutores.

3. A dimensão da experiência compartilhada da “videografia de si” em *Jout Jout Prazer*

O canal *Jout Jout Prazer*, canal criado em 2014 pela jornalista Júlia Tolezano. *Jout Jout Prazer* possui mais de 1.141.000 inscritos no *YouTube*² e contas em outras redes sociais com número igualmente expressivos: no *Facebook*³, a fanpage da *Jout Jout Prazer* possui mais de 723 mil seguidores; no *Instagram*⁴, os números chegam a 870 mil; e, no *Twitter*⁵, são 340 mil.

Com a disseminação de canais no *YouTube* voltados para questões do cotidiano e a exposição da intimidade, como um canal consegue destacar-se para os usuários da plataforma? Uma das possibilidades de resposta a essa pergunta está nos processos de identificação que as histórias veiculadas geram. Conforme explica Costa (2009a, p. 143), as micronarrativas “criam uma janela de identificação e a possibilidade de um diálogo com o outro”. No canal, *Jout Jout*, apelido da autora, narra experiências pessoais e relatos com temas voltados, em sua maioria, para a intimidade, questões de gênero e relacionamentos, pelo seu ponto de vista, o de uma jovem adulta. As histórias partem de suas vivências pessoais ou de situações que foram compartilhadas com ela e despertaram-lhe certos questionamentos. Com uma abordagem feita com humor ácido e bastante objetividade, *Jout Jout* consegue aproximar-se de assuntos considerados polêmicos e incômodos. Observa-se, nos comentários deixados pelos espectadores, o envolvimento com as histórias narradas em um formato voltado para a simplificação da produção, buscando a “estética do amadorismo” – outra característica desse modo de produção. No caso de *Jout Jout Prazer*, o lugar da fala opera para esses processos de identificação. A *youtuber*, em seu canal e em suas redes de relacionamento com seus espectadores – a quem se refere como “família virtual” –, ocupa um lugar de fala que os representa, como aponta a própria Júlia em uma palestra realizada no *Tedx*⁶:

² Fonte: <<https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer>>. Acesso: 25/06/2017.

³ Fonte: <<https://www.facebook.com/prazerjoutjout>>. Acesso: 25/06/2017.

⁴ Fonte: <<https://www.instagram.com/joutjout/?hl=pt-br>>. Acesso: 25/06/2017.

⁵ Fonte: <<https://twitter.com/joutfuckinjout?lang=pt>>. Acesso: 25/06/2017.

⁶ *TEDx* é um programa de eventos locais organizados de forma independente, como uma ação do TED, uma organização sem fins lucrativos cujo lema é “ideias que merecem ser compartilhadas”. Fonte: <<https://www.tedxtealighierischool.com.br/o-que-e-tedx/>>. Acesso: 25/06/2017.

(...) mas eu falo da perspectiva de uma mocinha que tem desejos e vontades como todo mundo, e que tem medos horríveis que não fazem o menor sentido, e tem inseguranças sem cabimento nenhum. E aí, as pessoas veem aquilo, e a carapuça serve até o talo, e aí a pessoa vê aquilo como um clique na vida dela, e aí ela gera aquela mudança. E é engraçado, porque quando nossa mãe fala “olha só, esse menino não está te fazendo bem. Você devia terminar com esse garoto”, a gente fala “mãe, não se mete na minha vida, tá? Você tem nada que ficar se metendo aqui”. Aí vem uma completa desconhecida e fala “esse menino tá errado nisso. Não sei se tá bom isso não. Você tinha que olhar isso aí” e aí a menina fala: “ela tá falando comigo. Esse vídeo é para mim. Foi para mim que ela fez. Estou representada aqui nesse vídeo”. E eu acho que isso acontece porque a gente, essa nossa geração, a gente não tá muito querendo receber ordem de ninguém (...) (TEDx Talks, 2015).

Uma nova forma de relacionamento aparece nesse processo: um relacionamento centrado na virtualidade, enquadrado nos formatos contemporâneos. Estabelece-se, na prática autobiográfica contemporânea, uma nova relação com o interlocutor, que opera como confidente. “O contrato de cumplicidade se modifica porque não conta mais com as relações face a face, mas se apoia em uma confiança que virá apenas do texto escrito” (Schittine, 2004, p. 20) ou, no caso, do vídeo.

O amorismo é outro aspecto que aproxima autor e espectador. As marcas de uma espécie de naturalismo nos vídeos diminuem as distâncias entre emissor e receptor, conferindo ao material a ideia de acessibilidade do espectador em relação ao emissor, corroborada pela possibilidade de identificação com o personagem presente naquele vídeo. O que é apresentado não possui maquiagens, equipamentos de iluminação ou instrumentos para uma fabricação mais elaborada. Tal ação reforça o processo de identificação com o relato de vida ali apresentado: o espectador poderia ter vivido aquela história, poderia ter agido como ela. A estética amadora que acompanha o depoimento reforça a acessibilidade e a intimidade com aquele material. Por ser simples, o espectador, familiarizado com dispositivos de captação de imagens, sente-se apto a produzir aquele vídeo e, assim, aquela narrativa fala de uma maneira mais direta e afetiva com ele.

A fim de entender como essa relação entre autora e espectadores-usuários constrói no relato autobiográfico uma dimensão compartilhada da experiência, será analisado o vídeo cuja repercussão conferiu ao canal maior projeção. *Não tira o batom*

vermelho que discute relacionamentos abusivos, tem como ponto de partida uma conversa que Jout Jout teve pelo *Facebook* com uma outra pessoa sobre o assunto, em que elas colocaram suas vivências pessoais de relacionamentos abusivos. A partir da conversa, ela propôs debater o assunto em um outro grupo na mesma rede social e, com os relatos obtidos na discussão, o vídeo foi sendo construído. Nele, a *youtuber* conversa diretamente com o espectador: “(...) eu vou falar sobre relacionamentos entre homens e mulheres, mas aí você coloca o gênero que você quiser, tá?, nos artigos que eu for usar. Tá bem? Então, tá bem! Mas, Jout Jout, como eu vou saber se eu estou em um relacionamento abusivo? (...)”. A partir daí, ela lança perguntas sobre o comportamento do parceiro(a) para o(a) espectador(a), com base nos relatos colhidos sobre o assunto. O vídeo segue, então, na estrutura pergunta com corte para a entrada de uma cartela escrita “relacionamento abusivo” com efeito sonoro de buzina (Figura 1).



Figura 1: Frame do vídeo “Não tira o batom vermelho”.
Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=I-3ocjJTPHg>>

A trajetória de construção do vídeo inicia-se em processo pessoal da autora, a partir da reflexão gerada por uma conversa, um diálogo e culmina no seu desejo de debater o assunto, dar visibilidade às histórias que lhe foram compartilhadas de forma

privada, com o objetivo de provocar outras reflexões nela, enquanto idealizadora do vídeo, e em seus espectadores sobre o tema. Há nesse percurso uma dimensão compartilhada dentro da experiência mais individual que se pressupõe um relato autobiográfico conter. Segundo Benjamin (1987, p. 201), “o narrador retira da experiência o que ele conta: sua própria experiência ou a relatada pelos outros. E incorpora aquilo que é narrado à experiência dos seus ouvintes”. Por mais que o relato abordado no vídeo venha de uma experiência externa à do autor, há, no depoimento narrado no vídeo, o impacto que a experiência compartilhada gerou. Reside, no vídeo, portanto, a experiência própria e a experiência do outro. E, diante do ato de assistir àquele relato, reside também a experiência do espectador, com os processos de identificação que ele constrói – seja por vivências próximas ou por empatia, por exemplo. O vídeo gere, nesse sentido, uma dinâmica de afetos: o relato que afeta o autor e o relato que afeta o espectador, estimulados pelas formas de acesso e intervenção das redes sociais e, em específico, do *YouTube*.

Conforme colocado anteriormente, a incorporação dos recursos tecnológicos para a escrita de si aponta indícios de que esta é uma prática cultural reagente ao contexto da sociedade na qual está inserida. Todavia, mais do que reconfigurações dos modos de produzir e de consumir essas formas narrativas, observa-se que as ferramentas de interatividade presentes nas redes sociais abrem espaço para novos fluxos de construção da escrita íntima. Dessa forma, sobreviver, desabafar, conhecer-se, deliberar, resistir e pensar – utilidades do diário apontadas por Lejeune (2008, p. 261-264) – podem vir de um “clique”, que desencadeia processos de identificação com uma experiência exterior ao indivíduo. O espectador sobrevive, desabafa, conhece a si, delibera, resiste e pensa a partir da experiência do outro ou na experiência de ter sua história relatada por outro.

As formas de intervenção do espectador – facilitada, incentivada (e também desejada) pela interatividade das redes sociais – modificou os lugares da experiência para a narrativa videográfica. O espectador participa da criação do vídeo: seu relato é parte da obra e sua experiência está ali registrada para ser debatida por outros espectadores. Uma rede de relacionamento é construída entre autora e espectadores nas diferentes redes sociais que se integram e por onde o vídeo transita.

4. Conclusão

Por meio da análise do trabalho realizado pelo canal *Jout Jout Prazer*, este artigo buscou tecer apontamentos para contribuir para um debate acerca dos novos modos de produção e consumo das práticas autobiográficas em vídeo, as *videografias de si*, tendo por norte as possibilidades de interação e compartilhamento das redes que se formam a partir do vídeo e em torno dele. Tais redes reconfiguram a relação entre autor e espectador, colocando em evidência uma dinâmica de afetos nos relatos compartilhados pelos diferentes recursos da plataforma de compartilhamento de vídeos *YouTube*.

A veiculação de narrativas autobiográficas na internet cria a expectativa de um interlocutor público. No caso das videografias, esse interlocutor é um espectador necessário para a construção do sentido do vídeo. Tal aspecto amplia o poder de intervenção do interlocutor, que possui recursos para interagir com a autora e é estimulado a isso. Os *feedbacks*, os espaços para comentários e compartilhamentos criam uma rede de relacionamento entre os seguidores do canal entre si e com a autora. A virtualidade em que é centrada a relação entre autora e espectadores incentiva a participação da audiência na construção dos vídeos, seja por meio da sugestão de temas, seja pela confidência de histórias próprias, por exemplo. Observa-se um processo de identificação do espectador, que se vê representado na figura de uma pessoa comum, com a vida consagrada no vídeo – vida esta que poderia ser a dele ou que, de fato, é sua vida presente na forma do relato narrado – e com as questões ali discutidas que perpassam seu cotidiano também.

Dessa forma, observa-se que a experiência narrada no vídeo, tradicionalmente vinculada à ideia da individualidade, devido ao seu caráter autobiográfico, pode abrigar um aspecto coletivo e compartilhado da experiência. Essas especificidades aqui trabalhadas caminham, nesse sentido, para a compreensão das *videografias de si* como um interessante campo de observação de sua construção como um processo em constante resignificação – não só do sentido do vídeo, como também das redes de relacionamento e afeto que se formam na dinâmica gerada pela constante intervenção entre autor e espectador e entre espectadores do canal.

Referências

Antoun, H. (2008). *Web 2.0*. Rio de Janeiro: Mauad X.

Bentes, I. ed., (2006). Mídia-arte ou as estéticas da comunicação e seus modelos teóricos. In: *Limiares da imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, pp.100-108.

Benjamin, W. ed., (1987). O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, pp.197-221.

Costa, B. (2009). Personagens de si nas videografias do YouTube. [online] *Revista Eco-Pós*, pp. 206-219. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/958/898 [Acesso 10 Jan. 2016].

Costa, B. (2009a). Práticas Autobiográficas Contemporâneas: as videografias de si. [online] *Doc On-Line*, pp. 141-157. Disponível em: http://www.doc.ubi.pt/06/artigo_bruno_costa.pdf [Acesso 10 Jan. 2016].

Lejeune, P. (2008). *O pacto autobiográfico: de Rousseau à internet*. Belo Horizonte: UFMG.

Lemos, A. (2010). Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. [online] *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, pp. 155-166. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/index.php/URBE/pdf?ddl=4469> [Acesso 10 Out. 2016].

Montaño, S. (2015). Apontamentos para a pesquisa do audiovisual em plataformas de vídeo. *Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, [online] pp.1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/trabalhos.htm> [Acesso 3 Fev. 2017].

Schittine, D. (2004). *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Sibília, P. (2008). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

TEDx Talks (2015). *Vamos nos amar virtualmente*. [video] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zbkImGWtyK0> [Acesso 10 Out. 2016].

ANÁLISE DO USO DE IMAGENS POR PROTESTANTES NAS REDES SOCIAIS

Fernanda Lima Lopes¹
Universidade Federal do Rio de Janeiro
ferlimalopes@gmail.com

Resumo

O uso de imagens no contexto do protestantismo não é um tema pacífico. Logo no início da Reforma Protestante houve variadas disputas em torno da questão das imagens sacras. De modo geral, o que se observou foi um afastamento estratégico, com perene rejeição da imaginária. Entretanto, a questão da eloquência imagética aparece com grande força e significativa evidência no contexto da comunicação das redes sociais, chegando inclusive a influenciar no modo como os protestantes têm lidado com as imagens, em especial as que tocam ao universo religioso. Em praticamente todas as redes sociais na internet, a preferência pelo apelo visual em detrimento do texto meramente digitado marca os fluxos comunicacionais. Em algumas redes, como o Instagram, a imagem é, aliás, o centro da comunicação ali estabelecida. Neste artigo, duas páginas protestantes no Facebook (a página *Sou crente, e daí?* e a página *Jovens Evangélicos*) são escolhidas como amostra para uma análise sobre tendências e polêmicas que esse heterogêneo grupo apresenta em face do cenário de comunicação na era das trocas em redes digitais e da imagem virtual. A pesquisa, baseada em análise de conteúdo e amparada por reflexões contextuais que aprofundam a compreensão sobre os modos de dizer, realiza o trabalho de identificar comportamentos e estratégias discursivas no uso de imagens por parte desses atores sociais, tendo em vista a história de aversão ao uso de imagens religiosas por eles.

Palavras-chave: imagem; protestantes; facebook; iconoclastia.

¹ Pesquisadora de pós-doutorado no Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Graduada em Jornalismo pela UFMG.

Abstract

The use of images in the context of Protestantism is not a peaceful issue. At the very beginning of the Protestant Reformation there were several disputes regarding sacred images. In general, the Protestants took a strategic distance followed by a strong rejection of the imaginary. However, the issue of eloquence of the images appears with great force and significant evidence in the context of social media communication, even influencing how Protestants deal with images, especially those related to the religious bias. The communication flow within social networks on the Internet is characterized by a general preference for visual appeal over typed text. In some networks, like Instagram, the image is, in fact, the center of communication established there. This article presents the analysis of trends and controversies regarding the use of images in two Protestant pages on Facebook (*Sou crente, e daí?* and *Jovens Evangélicos*). It aims to show how this heterogeneous group deal with it visual signs within the communication scenario in the era of transformations in digital networks and virtual image. Taking into account the history of aversion to religious images by them, the research make an effort to identify the recent discursive behaviors and strategies in the use of images by these social actors on Facebook and for that, it joins content analysis with contextual reflections.

Keywords: image, protestants, facebook, iconoclasm.

Introdução

Este artigo insere-se no contexto de uma pesquisa mais ampla acerca da construção da identidade religiosa nas redes sociais. Ele está no bojo do crescente interesse acadêmico pelas relações entre religião e mídia. Desde o nascimento da imprensa no início da era moderna, a esfera midiática se pautou pela hegemonia da postura laica na publicização dos mais variados gêneros de discurso, embora não seja correto considerar que igrejas e grupos religiosos tenham sido completamente distanciados dos canais de comunicação. Entretanto, há uma novidade no período contemporâneo: um aumento da visibilidade da religião nos fluxos da comunicação mais pública tanto na esfera dos veículos chamados “de massa” quanto nos diferentes espaços relacionais permitidos pela internet. Tal como discutido em Hjarvard (2015) ou em Avellar (2010; 2016) a religiosidade, a espiritualidade, nas suas mais diferentes manifestações, estão presentes nas dinâmicas da comunicação digital e em rede. Em certos casos, como ilustra a pesquisa de Hjarvard na Dinamarca feita em 2005, 2006 e 2009, a família e os amigos, a televisão, os livros não-ficcionais e a internet são citados antes dos textos sagrados e da frequência a igrejas como fatores de contato com assuntos espirituais.

Na internet, multiplicam-se os modos de interação, dentro os quais se destacam as redes sociais, foco do presente estudo. Essas redes são entendidas aqui não como mero veículo de mídia, mas ambientes que incorporam e, ao mesmo tempo, reverberam as lógicas do chamado “quarto bios” (Sodré, 2002) ou da denominada “mídiatização” da cultura (cf. Deuze, 2009; Hjarvard, 2015). Elas abrigam fluxos de comunicação entre diferentes sujeitos que intencionalmente se fazem presentes nelas, mas também dão lugar a dinâmicas de cunhos técnico, mercadológico, quiçá político-estratégicos (dos algoritmos, das empresas, dos fundadores e arquitetos dessas redes), as quais interferem com esses fluxos.

Estudar as redes sociais na internet é algo extremamente complexo e demasiadamente amplo, de modo que, às vezes, a investigação exige formas de abordagens a “conta-gotas”, levando a contemplações mais pontuais para que se possa, em outro momento, realizar exercícios de ampliação do foco reflexivo. Neste espaço reduzido de um artigo, procuro apresentar algumas reflexões que desenvolvi durante a

pesquisa com páginas protestantes no Facebook, a partir da percepção do intenso uso de imagens por elas, inclusive de imagens figurativas de Jesus.

Como se sabe, o uso da imaginária no contexto do protestantismo não é um tema pacífico. Logo no início da Reforma Protestante, no século XVI, houve variadas disputas em torno da questão das imagens sacras, incluindo debates teológicos, além de movimentos iconoclastas com índices de violência. Daí resultou um histórico afastamento do uso de imagens nos templos e nas situações de culto, em diferentes graus a depender do reformador, mas claramente uma rejeição estratégica das referências simbólicas do catolicismo, com quem se procurou romper.

Entretanto, a questão da imagem – tomada aqui no sentido mais amplo possível – aparece com grande força no contexto das redes sociais. Podemos considerar que ela tem presença prioritária nos fluxos comunicacionais desses espaços, sendo que, em alguns deles (como o Instagram – especializado em fotos – ou o Youtube – de vídeos) a imagem é justamente o centro da comunicação ali estabelecida. Os que acessam as redes sociais fazem uso abundante dos mais variados estilos de imagem: fotos, vídeos, memes, cartoons, gifs, emoticons, figurinhas; o próprio design e a arquitetura da informação, o discurso escrito formatado como imagem sinalizam a primazia dos aspectos visuais em detrimento dos textos lineares.

A avassaladora presença imagética também marca os fluxos comunicacionais do Facebook, universo de onde foram escolhidas duas páginas protestantes (a página *Sou crente, e daí?* e a página *Jovens Evangélicos*) como amostra para uma análise sobre tendências e polêmicas que esse heterogêneo grupo apresenta em face do cenário de comunicação na era das trocas em redes digitais e da imagem virtual. A análise empreendida por esse trabalho é fundamentalmente teórica, e se apoia em recursos metodológicos da análise de conteúdo, amparada pela reflexão contextualizada.

Dadas as características da comunicação nessa rede social, não é nenhum esforço perceber que há uma intensa mobilização de signos visuais, de modo que se torna necessário olhar com mais cuidado para esses formatos comunicativos. Visto que o signo visual também ocupa lugar de relevo – ainda que controverso – para a esfera religiosa, será necessário encarar a imagem não apenas como prática viva nas dinâmicas da comunicação e da religião, mas também enquanto um conceito. Nesse sentido, são acionados arcabouços teóricos que ajudem a ampliar nossa compreensão da presença

imagética nas redes, ampliando os questionamentos acerca dos usos de imagens de teor religioso.

Mais do que inventariar o conteúdo visual religioso nas páginas protestantes do Facebook, é necessário questionar sobre as condições comunicacionais e tecnológicas em que as imagens vêm sendo produzidas e distribuídas. A investigação sobre o contexto inclui, ainda, uma reflexão sobre cultura e dimensões axiológicas do mundo contemporâneo, procurando destacar não só as características daqueles produtos imagéticos de teor religioso, mas também tentando mapear os indícios que expliquem o que tem conduzido os atores sociais a valorizá-los.

Imagem e vivências religiosas: culto, ilustração da fé, iconoclastias

A produção do simbólico, está umbilicalmente ligada às práticas de contato da humanidade com o sagrado e permeiam, desde tempos remotos, as mais diversas experiências religiosas, pois, como destaca Jung (2008), o símbolo é uma das formas de o ser humano se relacionar com o transcendente. Os signos imagéticos constituem sem dúvida uma realidade concreta para as religiões, incluindo a cristã, mas também é importante considerar que não raro a história das religiões abriga polêmicas relacionadas a certos tipos e usos de imagens.

Ao largo destes dois milênios de cristianismo, a imaginária cristã levantou discussões teológicas, artísticas e experimentou períodos iconoclastas, o que indica que a questão da imagem consiste em uma problemática relevante nesse âmbito. O uso de imagens para fins de culto era veemente rejeitado pelos cristãos até o século VI (Belting, 2010; Fragoso [no prelo]). Porém, a presença de imagens com esse fim, bem como o uso de outros símbolos imagéticos foram incorporados à Igreja Católica em processos históricos que envolveram debates teológicos e definições políticas por parte do Império Romano, também em relação com a Igreja do Oriente com centro em Bizâncio. Essa história é abordada pelo estudioso alemão Hans Belting (2010), que propõe um olhar sobre a imaginária cristã deliberadamente diferenciada de três outras perspectivas: a dos teólogos, a dos historiadores, a dos críticos da arte. Sem rejeitar absolutamente cada um deles, mas apontando-lhes as limitações, Belting desenvolve

uma abordagem transdisciplinar para discutir o poder da própria imagem como presença e não como mera representação ou exemplar de alguma corrente estética.

Dentro do campo especializado do historiador da arte, as imagens sagradas são de interesse somente porque foram colecionadas como pinturas e usadas para formular ou ilustrar regras regulamentando a arte. Quando entretanto, foram travadas batalhas de fé em torno das imagens, as opiniões de críticos de arte não foram procuradas (...). Os historiadores de arte, contudo, podiam não ser justos caso se limitassem à análise de pintores e estilos. (...) eles discutem o tratamento dado às imagens pelos antigos teólogos, e não as imagens em si. O que lhes interessa quando entram no debate é o estudo de sua própria disciplina. Já os historiadores preferem lidar com textos e fatos políticos ou econômicos, e não com os níveis mais profundos de experiência que as imagens exploram. (Belting, 2010, p.3)

Um olhar acadêmico cauteloso sobre aspectos do cristianismo exige a compreensão de alguns de seus traços cruciais, em especial, os relacionados com sua gênese, porquanto certos valores e crenças são justamente os que serviram de arcabouço para a conformação da civilização europeia e, de modo mais amplo, do mundo ocidental. Na hipótese de Marcio Tavares d'Amaral (2010), a cultura cristã que é a base da formação do Ocidente se originou de uma raiz dupla: a matriz judaica e a grega. Esses dois eixos histórico-culturais serviram de matéria-prima para uma terceira cultura, a cristã, que não é meramente a junção das outras duas, mas um resultado difícil conseguido a partir de ajustes, negociações, conflitos entre as referências (de valores, de pensamento) daquelas duas fontes. A temática da junção greco-judaica também pode ser vislumbrada no livro de Belting sobre a imaginária cristã, embora não com os mesmos propósitos investigativos de Amaral, mas com um olhar específico sobre ajustes e negociações relacionadas com a questão da imagem: “os cristãos iam escolhendo seu caminho entre as imagens gravadas do politeísmo e o banimento imposto a elas pelos judeus” (Belting, 2010, p.8).

Ainda sobre tensões entre judeus e fieis convertidos do paganismo (estes não necessariamente gregos, mas marcados pela cultura grega, hegemônica na região), vale pontuar que elas estão ilustradas nos livros do Novo Testamento, em especial no Ato dos Apóstolos e nas epístolas onde são relatados debates sobre critérios para que alguém pudesse ser batizado, isto é, ser reconhecidamente parte da Igreja (embora o Império Romano tenha tentado exterminar os cristãos e só tenha concedido liberdade religiosa no século IV, os cristãos do primeiro século já se autodenominavam Igreja e, pondo certas divergências de lado, não demoraram para defini-la como católica, termo que

quer dizer universal). Entretanto, os textos bíblicos não chegam a sistematizar debates específicos sobre o uso de imagens nas celebrações.

Belting (2010) considera que a incorporação de imagens pelas práticas religiosas dos cristãos ocorreu em razão da absorção de valores gregos em detrimento de costumes judaicos, motivo que colaborou, também, para a própria expansão do cristianismo para além do território onde Jesus e seus apóstolos viveram:

... as condições regionais da Palestina não podiam ser estendidas ao mundo do Império Romano. O conflito com os cristãos judeus foi decidido em favor da “igreja dos gentios”. Com a adoção de imagens, o cristianismo, antes uma Igreja oriental, reafirmou suas pretensões de universalidade no contexto da cultura greco-romana. (Belting, 2010, p.8)

Essa universalidade é expressa verbalmente nos textos que servem de referencial teológico para essa nova comunidade que se organiza como Igreja em torno do Cristo e de seu ordenamento “ide por todo o mundo, proclamai o Evangelho a toda criatura” (Marcos 16, 15). Porém, na evangelização pelo mundo, o discurso verbal terá que se organizar sob formas particulares, seja pela fala seja pelo registro escrito, ambos submetidos a estilos, traduções... Assim, em que pese uma comunicação e um anúncio mais universalizantes, a imagem, os signos visuais, servirão de suporte para uma linguagem mais abrangente (embora também precisemos admitir que há diferentes gramáticas visuais nas variadas culturas, mas a força de um ícone ou imagens com representações muito literais dispensarão alfabetizações complexas).

Retomando a história da utilização de imagem como objeto de culto entre os cristãos, é interessante apontar o século VI como crucial para a incorporação oficial de efigies na liturgia sob os auspícios da família imperial, justificada pelo uso “pedagógico”: “Essa ideia de que as imagens eram a Bíblia dos analfabetos acabou se tornando o ensinamento oficial da Igreja Romana” (Belting, 2010, p.179). Entretanto, entre Roma (capital do mundo ocidental) e Bizâncio (referência para as igrejas do Oriente) houve uma série de disputas sobre o uso das imagens e mesmo do formato delas. O século VIII é marcado por inúmeras polêmicas iconoclastas, e é apenas no século IX, após concílios e argumentações, que a polêmica em torno da veneração de imagens vai se arrefecer, sem, contudo, que isso tenha significado o consenso. Belting faz questão de demonstrar que, mesmo com o assunto já dado como consolidado pela

Igreja, pontos de vista vão continuar debatendo aspectos mais particulares, por exemplo, questões de estética.

A Reforma Protestante no século XVI é outro importante momento de rejeição às imagens associadas ao sagrado, abrigando não apenas recusas com argumentações teológicas e retirada das imagens dos templos protestantes, mas também manifestação iconoclastas mais contundentes e violentas. Belting descreve que esse foi um fenômeno com muitas facetas, dividindo os reformadores em diferentes opiniões e posturas: por exemplo, Lutero se opunha ao quebra-quebra das imagens, Zwingli defendia uma retirada ordenada das mesmas, mas os anabatistas e calvinistas lideraram destruições em Münster e em Genebra, respectivamente. Seja como for, tudo isso significou a perda do antigo poder das imagens na religião concomitantemente com o aparecimento, na modernidade, de um novo olhar sobre as imagens: o olhar da arte. Mesmo o âmbito do catolicismo não ficou imune a essa nova perspectiva da imagem como expressão artística, em detrimento de uma visão que a encarava como receptáculo do sagrado (Belting, 2010).

Em relação à vivência religiosa no Brasil, Priscila Vieira (2012) argumenta que a religiosidade brasileira é fortemente visual, mas que tal traço foi deliberadamente rejeitado pelos protestantes históricos que se estabeleceram no país, como forma de diferenciação dos cristãos católicos. Ela também lembra que a iconoclastia é uma noção que precisa ser vislumbrada do ponto de vista da relação, e no caso, esse outro com o que o protestante se relaciona é o católico. Nesse sentido, em torno da utilização da imaginária, são constituídos traços identitários e desenhados estereótipos de identificação. A pesquisadora destaca os termos “os bíblias” (referente aos protestantes) e “os idólatras” (associado aos católicos), apontando a carga acusatória e o teor pejorativo investidos nessas expressões que aparecem em meio às disputas simbólicas pela autenticidade na vivência da fé cristã entre esses dois grupos.

A rejeição dos protestantes brasileiros à adoção de imagens em suas práticas religiosas coletivas ou privadas normalmente se viu acompanhada de uma postura que acusa os católicos de idolatria. Porém, é prudente considerar tal estratégia menos como afirmação de teor teológico e mais como indicativo de distinção e marcação de lugar de fala, já que nem toda vertente do protestantismo defende essa concepção, além do que, em termos doutrinários e institucionais, o culto católico não se refere à imagem, mas

estas têm apenas o caráter representacional. Como se viu, entre os reformadores clássicos, havia os que compreendiam o caráter representacional e ilustrativo artístico das imagens, inclusive sabendo que a Igreja Católica jamais adotou as imagens como substitutivos da divindade. No Brasil, o protestante Erasmo Braga que, no início do século XX, protagonizou ações para articular uma unidade entre denominações protestantes, inclusive dialogando com os católicos, foi contrário à reação que protestantes dirigiram à implantação da estátua do Cristo Redentor no Rio de Janeiro. O monumento foi tachado de “ídolo do Corcovado” (cf. Vieira, 2010). Na década de 1990, já em face da presença religiosa no cenário midiático, um evento polêmico exibiu nas telas de televisão o antagonismo entre católicos e protestantes no Brasil em torno de uma imagem. Em 12 de outubro de 1994, dia da Padroeira do Brasil, o então bispo da igreja Universal Sérgio von Helde chutou uma imagem de Nossa Senhora Aparecida, ao vivo, na Rede Record de Televisão. Isso causou indignação e até processo judicial², e levou ao afastamento do líder. Após ter rompido com a Universal e ter ficado fora do país durante um longo período, vinte anos depois (2014), o ex-bispo lançou um livro intitulado “Um chute na idolatria”³.

Como é possível notar, o protestantismo apresenta uma variedade de posturas em relação a questão da imagem. De modo geral, o grupo até se assemelha por não adotá-las em seus locais de culto, mas há diversidade sobretudo no que tange à postura de distinção aos católicos.

A imagem desde o início da modernidade à era digital

O ambiente moderno secularizado viu crescerem dois espaços para a circulação de signos textuais e imagéticos, a saber, a imprensa e o campo da arte, paulatinamente distanciados da religião. Sobre aspectos relacionados com esses fenômenos, podemos nos lembrar, primeiramente, dos estudos de Jürgen Habermas (1989), destacando a relevância dos veículos impressos na formação da sociedade civil, com o protagonismo da classe burguesa fazendo frente às tradicionais forças políticas do Antigo Regime. Recordamos em segundo lugar as reflexões de Pierre Bourdieu (1987) sobre a

² <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/5/01/brasil/36.html>

³ <http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-08-20/a-volta-de-von-helde-o-bispo-que-chutou-a-santa.html>

autonomização dos artistas em relação ao campo religioso, formando um novo campo com suas próprias regras, hierarquias, seus critérios de autoconsagração, um *habitus* próprio etc.

A virada da era medieval para a moderna também foi acompanhada pela sobreposição das preocupações ontológicas e metafísicas pelos esforços de compreensão do mundo pelo viés discursivo da ciência, pautado pelo conhecimento mediado pela razão e centrado na ação do sujeito racional. Em consonância com o ideal cartesiano, pode-se dizer que a compreensão conceitual de imagem repousa sobre a noção de representação, uma representação que é fruto da racionalidade humana, ou seja, aquela que se faz no intelecto do sujeito. Portanto, aí já se postulam os primeiros deslocamentos que servirão de base para futuras teorizações sobre as imagens, como as feitas por Roland Barthes ou Walter Benjamin, salientando que os signos visuais, mesmo oriundos da técnica fotográfica, não poder ser encarados como uma cópia fiel e neutra do real, mas constituem uma determinada retórica (Barthes, 1987) ou um resultado complexo do que a indústria cultural logrou produzir na cultura com seus aparatos técnicos igualmente contextualizados culturalmente (Benjamin, 1996).

Com o avanço da modernidade, a revolução industrial, mas sobretudo com o aparecimento de técnicas de reprodutibilidade da imagem, incluindo as dos meios audiovisuais, acompanhamos o desenvolvimento de uma sociedade de massa, em que um crescente deslocamento das dinâmicas de comunicação para o centro da vida social vai ampliando espaço para uma convivência cada vez maior das pessoas com o universo das imagens midiáticas. Mas, conforme aponta Susan Sontag (2004), a própria realidade social vai se imbricando com a presença desses signos, dos aparatos e instituições midiáticos que os produzem e distribuem, com as lógicas de tais âmbitos, de tal modo que o conceito de imagem já não se resume a uma representação do mundo, como se imagem e mundo fossem instâncias paralelas, sendo que o mundo é sempre o que está do lado de fora das imagens. A autora fala de um “mundo-imagem”, ilustrando que, em diversas ocasiões, a força imagética chega a superar, o impacto do real na experiência e na inteligibilidade do mundo.

Soando mais apocalíptico, Baudrillard (1991) chega a afirmar que o real é um deserto, e que a simulação fez desaparecer a antiga relação representacional mapa/território. Para ele, as imagens que povoam o mundo da modernidade tardia

enterraram a noção de mediação que lhes fora conferida no início moderno e, ao referenciarem apenas a si próprias, estabelecem uma hiper-realidade que é puro simulacro. Ele propõe a seguinte descrição das quatro fases sucessivas da imagem:

- ela é o reflexo de uma realidade profunda
- ela mascara e deforma uma realidade profunda
- ela mascara a ausência de uma realidade profunda
- ela não tem relação com qualquer realidade, ela é o seu próprio simulacro.

No primeiro caso, a imagem é uma boa aparência – a representação é do domínio do sacramento. No segundo, é uma má aparência – do domínio do malefício. No terceiro, finge ser uma aparência – é do domínio do sortilégio. No quarto, já não é de todo do domínio da aparência, mas do simulacro. (Baudrillard, 1991, p. 7).

Vale pontuar que ao propor tais compreensões, Baudrillard sequer considerava as imagens digitais ou as tecnologias de computação para produção de “realidade virtual”. Ele tratava dos meios de comunicação de um modo geral, com destaque para uma época em que televisão era um dos mais populares.

Por outro lado, e já tratando do estatuto da imagem na era dos mecanismos digitais de comunicação, Jean-Louis Weissberg (1993) considera que cada época teve seus simulacros, ou seja, operações que fazem parecer real o que não é. Segundo ele, isso ocorreu na escultura grega, na técnica de perspectiva tão combatida por Platão (justamente pela ilusão causada, portanto, distante da verdade, segundo o filósofo), no barroco, enfim, em várias ocasiões, até a atual configuração da simulação informática. A diferença, para o autor, é que esta última se caracteriza por “esse estado de não-separação entre imagem e objeto, num movimento em espiral que mobiliza uma enorme aparelhagem técnica e conceitual” (Weissberg, 1993, p.117).

Também em relação à imagem digital e aos recursos que produzem uma visualidade não analógica, Rogério Luz (1993) alerta que não se trata apenas de compreender as imagens virtuais do ponto de vista de sua configuração tecnológica e dos seus aspectos técnicos de criação, reprodução e circulação, mas sim de “entender seu uso como instrumento de novas maneiras de pensar o mundo e o sujeito”.

Assim, ao olhar para páginas protestantes povoadas por imagens no Facebook, é necessário não esquecer a maneira de pensar o mundo e o sujeito a partir da matriz religiosa, considerando sua história de rompimento e autoafirmação identitária, mas também considerar que os sujeitos que compartilham essas crenças são pessoas do seu

tempo, não estando imunes, enquanto consumidores e cidadãos, ao novo contexto midiático-comunicacional que abarca a produção, a reprodução, a circulação das imagens digitais.

Para Muniz Sodré (2002), a lógica da mídia na contemporaneidade é a da midiaticização, noção que precisa ser percebida a partir da multiplicação de interações fundamentadas na preponderância da técnica e do mercado, que conduz a uma sociedade com relações humanas cada vez mais virtualizadas e permeadas pelo viés do consumo. O autor chama essa nova vivência do mundo da experiência de “quarto bios”, comparando-o à condição existencial do personagem principal de *O show de Truman* (1998). Esse filme também ampara as reflexões do holandês Mark Deuze (2009), quando ele avalia a onipresença midiática, julgando que é mais adequado falarmos da vida na mídia do que da vida com a mídia. Na metáfora do livro “Media life”, desse autor, o universo midiático precisa ser compreendido como a água em que habitam os peixes. Ela os envolve, os nutre, é o ambiente em que eles vivem e dali não podem sair. Considerando assim, a noção de midiaticização parece apontar para uma dimensão totalizante e inexorável da vida e da cultura ou, no mínimo, sugerir um caminho que ainda está sendo trilhado, um processo histórico sem volta.

Tais perspectivas não deixam de apresentar um certo teor fatalista, sugerindo que a midiaticização implica uma naturalização cada vez maior não só dos dispositivos tecnológicos mas também da lógica consumista e das formas de sociabilidade que eles ajudam a produzir, de modo que fica cada vez mais difícil conceber as interações humanas de toda sorte - e não só aquelas comunicações profissionalizadas, aparelhadas midiaticamente - fora desse universo. Nessa visão, até o aspecto religioso estaria submetido à onipotência da sociedade midiaticizada.

De certo modo, não é possível ignorar que as igrejas, os grupos religiosos, as modalidades de culto e de pregação evangélica adentraram o universo midiático, mas pode ser apressado e extremamente reducionista concluir que toda esfera do sagrado foi midiaticizada. Com efeito, se o assunto é religião, o que se põe em xeque é maior do que o lugar de instituição mediadora. O cristianismo, muito embora tenha se concretizado historicamente como uma instituição eclesial, além de estar marcado historicamente por uniões e separações institucionais, não pode se resumir a isso. Nessa proposta de desenvolver um olhar complexo sobre nosso objeto de estudo, é necessário entendê-lo

como instância que se define pelo que está para além da esfera da interação social, mas que toca ao sagrado, ao mistério, ao contato com o transcendente (esse não é um traço exclusivo do cristianismo, mas de outras propostas religiosas também). Neste caso específico, é mister considerar que, ao longo da história e nos diferentes territórios, o cristianismo se adaptou aos mais variados formatos de organização política, cultural, econômica e “sobreviveu” a eles. Assim, demonstrou ser um modo de vida, uma proposta universal de “*bios* religioso” cuja permanência não se ancora na variedade de expressões religiosas, mas naquilo que toma como verdade revelada e encarnada.

Em síntese, ao investigarmos religião, é necessário levar em conta sua identidade religiosa em termos da sua afirmação de fé ou noção de verdade, bem como não negligenciar o lugar que o âmbito da espiritualidade ocupa na vida humana, já que lida essencialmente com dimensões supra-humanas, supra-culturais. A fé trata do absoluto e na busca dele não quer prender-se na relatividade da cultura. A religião com suas práticas de devoção e manifestação da fé é claramente um traço da cultura, mas na medida em que dá lugar a vivências com o universo espiritual de formas tão íntimas, tão peculiares, tão claramente desconectadas dos aparatos da cultura que transcendem até mesmo a possibilidade de explicação ou de verbalização – por exemplo em êxtases, em fenômenos paranormais etc – fatalmente escapa à lógica da mediação.

Ocorre que essa dimensão tão pouco palpável não será o foco da preocupação deste artigo e talvez apenas trabalhos sobre mística ou discussões teológicas possam acercar esses aspectos. De qualquer modo, antes de retomar a discussão sobre a imagem, fiz questão de levantar essas ponderações para que não se pense que as teorias da mediação, embora importantíssimas para pensar o cenário contemporâneo, sejam suficientes para destrinchar toda a problemática da religião, da fé, da espiritualidade. A dimensão teórica da cultura e da comunicação não são suficientes para abarcar todos esses âmbitos.

Páginas protestantes no Facebook e seus usos de imagens

Em pesquisa prévia (Lopes, 2014), foi possível identificar o intenso uso de imagens nas postagens por páginas cristãs no Facebook: tanto a de traços católicos (*Nossa Senhora cuida de Mim*) quanto a de teor protestante (*Sou crente, e daí?*)

publicaram, na esmagadora maioria de suas postagens, algum conteúdo imagético (textos isolados foram raríssimos em ambas). A análise qualitativa, entretanto, foi apenas incipiente naquele momento, e este artigo expande a análise sobre o conteúdo coletado em 2013, comparando-o, ainda, a amostras recolhidas em 2016.

Neste trabalho, são analisadas duas amostras de páginas protestantes: *Sou crente, e daí?* e *Jovens evangélicos*. Vale esclarecer que os períodos de coleta do material distanciam-se em três anos. A primeira página foi estudada em 2013, quando um outro projeto de pesquisa deu início aos meus estudos sobre religião e mídia. Já para o projeto de pesquisa mais recente, essa mesma página não foi considerada mais relevante para a pesquisa, porque ela se transformou em uma reprodutora de propaganda de produtos para saúde, emagrecimento e beleza, deixando de postar conteúdo relacionado com sua identidade religiosa. Assim, foi necessário escolher um novo local de pesquisa que também representasse uma amostragem significativa de seguidores do universo protestante. Foi escolhida, então, a página *Jovens evangélicos*, fundada em 2011 e que em agosto de 2016 contava com mais de 1 milhão de “curtidas”.

Para ambas, foram recolhidas postagens durante o período de uma semana: *Sou crente* em agosto de 2013 e *Jovens* em agosto de 2016. A primeira delas totalizou 638 postagens, sendo que 594 delas continham algum tipo de imagem. A segunda, menos verborrágica, completou 33 postagens nesses sete dias, sendo 100% delas de cariz imagético. Entre as imagens, estão também os vídeos, embora essa não tenha sido a forma mais recorrente de comunicação: 2 ocorrências em 2013 e 2 em 2016, sendo que, mais recentemente, um desses vídeos foi uma transmissão ao vivo feita por um cantor evangélico. Vale lembrar que o recurso de transmissão ao vivo só foi incorporado pelo Facebook em 2016.

O tipo de imagem majoritariamente mobilizado pelas páginas foi a de cenários mais ou menos discretos ou “neutros”, para dar fundo a textos como versículos bíblicos ou palavras de conselho. Foi interessante notar que as duas páginas demonstraram um cuidado, um esforço de evitar a representação de Jesus ou de personagens bíblicos. Trechos da Bíblia ou frases de ânimo, de agradecimento, de reflexão, foram frequentemente ilustrados com imagens de fundos coloridos ou em degradê, ou por imagens de paisagens, ou de pessoas (duas amigas, um pai com um filho, bebês em poses engraçadas), ou pela foto do autor da frase (uma pastor, um cantor).

A *Sou crente* publicou diversas mensagens de humor, geralmente originadas em outras páginas. Essas também estiveram marcadas por imagens típicas do Facebook, os memes. Entre esses, houve destaque para a personagem “jumenta falante”⁴. Jovens evangélicos adotou um tom mais sério em suas publicações, sem valorizar conteúdo de humor ou sátira.

Como se pode perceber, o uso de imagens tem grande importância na comunicação que essas páginas realizam junto a seu público. Porém, nem todas as imagens usadas ficaram isentas de crítica por parte dos frequentadores das páginas. Em 10 postagens (num total de 638), a página *Sou crente, e daí?* não escapou à representação de teor mais pictórico de Jesus (e até do diabo, que divide com Jesus a cena de um desenho). Quando as figurações são menos realistas (por exemplo, em forma de desenhos, cartoons) ou quando trazem evocações do Cristo por visualidades metonímicas (por exemplo, a imagem de um braço ensanguentado pregado numa madeira ao lado dos dizeres “foi por você”) ou signos mais sutis, tais simbolizações de Jesus não causam rejeição entre os frequentadores da página. Mas há algumas imagens que provocam comentários de crítica negativa, os quais recuperam antigos argumentos, remetendo à iconoclastia. Esse foi o caso da foto de uma escultura do Cristo crucificado, acompanhado do texto “Era para eu estar ali – Hebreus 9: 28”. Um dos comentários associa aquela imagem à Igreja católica. Porém, os 356 compartilhamentos e 458 “curtidas” àquela imagem demonstram que nem todos se incomodaram.

Em Jovens evangélicos, apenas uma imagem causou incômodo entre os que fizeram comentários nas postagens: a foto de um papel com os dizeres escritos à caneta: “Se teu coração está vazio, preencha-o com Deus. Jefte Zanedim” sobre o fundo desfocado de uma igreja com traços góticos. Nos comentários, um internauta postou: “humm e esse fundo ☹” (sic) e outro respondeu: “Se assemelhou ao templo da Igreja Católica. E um pouco da Igreja Protestante que nesse momento não lembro da denominação...”. O fundo desfocado sequer permite ver alguma figura, mas o fato de a imagem ter evocado uma arquitetura parecida com uma igreja católica já causou comentários questionadores.

Considerações finais

O uso de imagens nas postagens do Facebook é um recurso para que a mensagem produzida tenha maior visibilidade. Como um usuário regular dessa rede social costuma receber em um *feed de notícias* próprio⁵ as atualizações que seus amigos e as suas páginas favoritas produzem, há uma disputa grande por atenção. Por esse motivo, o uso de ilustrações costuma ser mais eficiente que os textos meramente digitados. Ironicamente, os protestantes, que tradicionalmente se afastaram da ideia de adotarem imagens em sua prática religiosa, nas páginas do Facebook se veem impelidos, ainda que ao sabor da lógica da rede, a lançar mão das construções imagéticas a fim de compartilhar suas mensagens acerca da fé.

Como visto, o uso de imagens religiosas pelos protestantes na rede social é algo intenso, mas não descuidado ou evocativo de uma diminuição da importância do texto. A maior parte das imagens não chegou a apresentar signos imagéticos religiosos explícitos, mas muitas vezes só funcionaram como fundo ilustrativo do texto de teor espiritual ou sagrado. Entretanto, ainda que em ocasiões pontuais, as páginas protestantes não só demonstraram tolerância, mas inclusive incorporaram nos seus próprios discursos uma imaginária diretamente tomada do catolicismo (no caso da escultura do Cristo crucificado) ou então mais próxima do referencial imagético católico.

Obviamente isso não se verificou sem polêmica; os comentários negativos demonstram a continuidade com a argumentação e a postura iconoclasta, mas as respostas positivas, além de curtidas e compartilhamentos, apontam que o uso de tais símbolos pode tender a uma naturalização nesse âmbito das imagens digitais compartilhadas em rede. A ausência de desconforto diante de tais postagens possivelmente se verifica, porque as páginas constituem um espaço que remete coletivamente ao que os protestantes, frouxamente, compartilham enquanto grupo. Mas não é um compartilhamento de vínculo profundo, como o que se estabelece

⁵ Newsfeed ou feed de notícias é um recurso do Facebook que consiste em mostrar para um detentor de uma conta pessoal na rede uma série de postagens derivadas de outras pessoas ou páginas que façam parte da rede daquele indivíduo. A pedido do usuário, o newsfeed pode ser exibido por ordem cronológica ou por critério de relevância, porém, é o Facebook que, por meio de seus algoritmos, seleciona o conteúdo que irá ficar disponível na timeline de cada perfil. Se alguém está conectado a dois mil amigos e mais outras tantas páginas, certamente não irá receber atualizações de todos eles, mas normalmente daqueles com quem mais interage, pois tem sido esse o critério que vem sendo mais adotado.

geograficamente nas assembleias ou igrejas específicas, ou em torno de um pastor ou uma congregação, mas as páginas protestantes do Facebook não passam de um lugar virtual em que internautas, muitas vezes que sequer se conhecem, estabelecem um relacionamento superficial e efêmero, que não chega a mobilizar grandes debates teológicos ou acusações formais de idolatria ou coisa do tipo. Outrossim, não há uma autoridade visível, uma liderança institucional ou pessoalmente conhecida para responder pelos discursos e pelo que se exhibe no fluxo de comunicação da página. Os discursos, então, que chegam ao feed de notícias dos usuários do Facebook, além de competirem pela atenção de tantos outros conteúdos que se sucedem ao longo do dia, aparecem como uma fala impessoal, porém válida para todos os crentes e evangélicos.

Referências

- Amaral, M.T. (2010). Sobre tempos e história – o paradoxo pós-moderno. In E.C. Leão. (Org.). *Pensamento do Brasil*. (Vol.1). Rio de Janeiro: Hexis, 2010.
- Barthes, R. (1982). A retórica da imagem. In: _____. *O óbvio e o obtuso*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógios d'Água.
- Belting, H. (2010). *Semelhança e presença: a história da imagem antes da era da arte*. Rio de Janeiro: Ars Urbe.
- Benjamin, W. (1996). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: _____. *Obras escolhidas*. (pp. 165-196). São Paulo: Brasiliense.
- Bourdieu, P. (1987). *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Deuze, M. (2009). *Media life*. Cambridge (UK): Polity Press.
- Fragoso, M. M. (no prelo). *A difusão política e religiosa da imaginária cristã* [manuscrito]. Rio de Janeiro: Faculdade São Bento.
- Hjarvard, S. (2014). *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos.
- Jung, C. G. (2002). *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Lopes, F.L. (2014). Religião e ateísmo nas redes sociais: uma análise de expressões pessoais e de debates no Facebook. Congresso Da Associação Latinoamericana De Investigadores Em Comunicação, XII., Lima, Peru. **Anais...** Lima/Peru: Alaic, agosto de 2014.
- Luz, R. (1993). Novas imagens: efeitos e modelos. In.: A. Parente (org.). *Imagem-máquina*. Rio de Janeiro: ed.34.
- Sontag, S. (2004). *Sobre a fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes.
- Weissberg, J-L. (1993). Real e virtual. In.: A. Parente (org.). *Imagem-máquina*. Rio de Janeiro: ed.34.

APLICATIVO SORORIDADE: FERRAMENTA DE INTERAÇÃO FEMININA E DE PROMOÇÃO DE SOLIDARIEDADE ENTRE MULHERES

NOEMI CORREA BUENO

Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) – Campus Bauru
Bolsista Capes e Erasmus Mundus SUD UE
tutoraead.noemibueno@gmail.com

KATHIANI ELISA DE SOUZA

Departamento de Computação
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – Campus São Carlos
kathianisouza@gmail.com

LEILA APARECIDA DA SILVA

Departamento de Computação
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – Campus São Carlos
leilaapsilva@outlook.com.br

RENATA SAMERT SMIDERLE MENDES

Departamento de Computação
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – Campus São Carlos
renatassmendes@hotmail.com

RICARDO CERRI

Departamento de Computação
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – Campus São Carlos
cerrirc@gmail.com

GABRIELE LAMARCK SILVEIRA

Enterprise tools and data da Microsoft - Jr PM
gabrielelsilveira@gmail.com

Resumo

O “Sororidade”, com previsão de lançamento ao final de 2017, consiste em um aplicativo para *smartphones* que oferecerá uma sala de bate papo específica para mulheres e assuntos de seu interesse. As salas de bate papo serão divididas por assuntos como: assédio, violência, maternidade, mercado de trabalho, relacionamento, padrões de beleza, entre outros, a fim de que mulheres possam discutir livremente sobre esses assuntos e fornecer apoio umas às outras. Considerando o cenário contemporâneo brasileiro em relação às mulheres, é importante que estas discutam possibilidades de mudanças de culturas e cenários androcêntricos. Por isso, a apropriação de meios de comunicação é fundamental para divulgação de informações sobre os direitos desse grupo e mudar cenários de violência e assédio que ainda são constantes na sociedade brasileira.

Uma das formas utilizadas (por grupos de mulheres e feministas) para minimizar esse cenário seria a disseminação de uma rede colaborativa entre mulheres, onde essas assumam relações de amizade. O aplicativo Sororidade (desenvolvido nesse projeto) surge justamente para contribuir com essa necessidade, oferecendo um espaço de interação e comunicação entre mulheres, para que essas possam compartilhar dificuldades, anseios e dúvidas do cotidiano feminino, ao mesmo tempo em que oferecem ajuda, apoio, conselhos e afetividade para outras que passam por situações que possuem dificuldades.

Palavras-chave: aplicativo, mulheres, solidariedade, discussão.

Abstract

The Sororidade App, with release date up to the end of 2017, is a smartphone App which will offer a chat room specifically for women, where they will be able to talk about subjects of their interest. The chat rooms will be divided by topics such as harassment, violence, maternity, labor market, relationship, beauty standards, among others. Thus, women will have a space to freely discuss these and other related topics, being able to provide support to each other. Considering the Brazilian actual scenarios regarding women, it is important for them to discuss the changing possibilities regarding culture and androcentric scenarios. Thus, the appropriation of means of communication is fundamental to spread information about women's rights, helping to change violence and harassment scenarios. Recall that violence and harassment against women is still a constant problem in the Brazilian society. One of the ways women and feminist groups can minimize this actual scenario, is by disseminating a collaborative network among them, where women can have friendship relationships. The Sororidade App, developed in this project, emerges to contribute towards this, providing a space for interaction and communication among women. With this, women can share difficulties, yearnings, and doubts related to the female everyday life. At the same time, women can use the App to offer help, support, advice and affection, to other women going through difficult situations.

Keywords: application, women, solidarity, discussion.

Introdução

Nas últimas décadas, movimentos feministas brasileiros tem focado sua pauta de reivindicação na luta por transformações na cultura androcêntrica que ainda interfere na construção e perpetuação de valores e comportamentos misóginos e resulta em um cenário ainda desfavorável às mulheres em diferentes esferas.

A partir desse conceito, os movimentos discutem como mulheres podem se tornar ativas nesse processo de desconstrução de valores patriarcais e tornarem-se sujeitas de sua história e trajetória. A conscientização, portanto, das condições diferenciadas para homens e mulheres e da não normalidade de ações que denegriam ou inferiorizam mulheres (como a violência, assédio, diferença salarial, entre outros) tornou-se centro das discussões e atuações feministas.

Para alcançar tal objetivo, a cumplicidade entre mulheres tornou-se uma ferramenta crucial para discussão da realidade feminina e das formas de mudar determinada realidade. Assim, mulheres tem buscado criar laços de cooperação entre si, com intuito de se fortalecerem enquanto sujeito social. A partir disso, tornam-se solidárias umas às outras, fornecendo e recebendo apoio de diferentes maneiras.

Considerando esses aspectos, elaboramos o projeto de um aplicativo (denominado Sororidade), cujo objetivo é proporcionar às mulheres um espaço de debate e interação que promova possibilidades de mulheres pensarem seu cotidiano e as relações que as cercam, ou seja, oferecer uma sala debate papo para mulheres conversarem a respeito de assuntos de seus interesses e se ajudarem mutuamente, ofertando um espaço de acolhimento, que incentive a sororidade e promova a interação e solidariedade entre as usuárias.

O aplicativo ainda objetiva alcançar grupos de apoio ou assistência para mulheres (como Delegacias de Mulheres, e, CREAS - Centro de Referência Especializado de Assistência Social) que passaram por experiências devastadoras, não com intuito de substituir o tratamento com profissionais, mas para complementar esse tratamento, fornecendo contato com pessoas que compartilham das mesmas experiências.

Dessa forma, o aplicativo procurará alcançar exclusivamente o público feminino, maior de 18 anos (devido a possibilidade da presença de debates de temas polêmicos como sexo e violência) e falante da língua portuguesa. Para garantir o uso exclusivo do público alvo (mulheres), o aplicativo contará com um filtro de acesso conforme o sexo, com intuito de fornecer uma maior seleção desse público e dificultar o ingresso de pessoas do sexo masculino. Para tal, o aplicativo ou estará conectado com uma conta no Facebook ou necessitará de convite para acesso (recurso ainda a ser definido).

O projeto está vinculado à Universidade Federal de São Carlos como projeto de extensão do qual participa uma equipe formada por profissionais dessa instituição e da Universidade Estadual Paulista – UNESP, com formações nos campos de comunicação, ciência da computação e engenharia da computação. O desenvolvimento desse aplicativo ocorrerá a partir do modelo proposto por Ricardo Menotti, Daniel Lucrédio e Caio Cesar Almeida Pegoraro na apostila denominada “Introdução às tecnologias para desenvolvimento de aplicações em plataformas móveis *Android*”. Desta forma, esse material será utilizado como suporte para programação no sistema móvel *Android*, e utilização de *APIs (Application Programming Interface)* nativas para criação de aplicativos, bem como para configuração do ambiente de desenvolvimento e *layouts*.

O modelo que será seguido fornece informações a respeito de formas de programação do sistema móvel *Android*. Para tal, aborda didaticamente os passos necessários para programação da linguagem, *design*, comunicação, armazenamento e de ferramentas como câmera, audio, localização, mapas, compartilhamento, agenda e contatos, acelerômetro, *bluetooth* e internacionalização.

O aplicativo Sororidade e suas funcionalidades

O “Sororidade” consiste em um aplicativo para *smartphones* que oferece uma sala de bate papo específica para mulheres e assuntos de seu interesse. As salas de bate papo serão divididas por assuntos como: assédio, violência, maternidade, mercado de trabalho, relacionamento, padrões de beleza, entre outros. Para tal, o aplicativo terá as seguintes funcionalidades:

- Salas para conversas em grupo e particulares entre os usuários do aplicativo;
- Localizador que permite encontrar e enviar mensagens para pessoas que estejam a determinada quilometragem do emissor;
- Ferramenta para denúncias de mensagens e perfis agressivos, possibilitando uma futura exclusão da mensagem e bloqueio do usuário por parte do administrador do aplicativo (no caso, a professora colaboradora do projeto);
- Possibilidade de bloquear mensagens particulares de determinados usuários
- Recurso de conexão que filtre o acesso de usuários, bloqueando a possibilidade de participação de pessoas do sexo masculino (o recurso ainda está em fase de decisão: ou poderá ser implementado a partir do acesso por meio da rede social *Facebook* ou via convite);
- Possibilidade de escolha de uso de perfil real, pseudônimo ou anônimo para postagem na sala de bate papo (as possibilidades serão definidas a partir de pesquisa de opinião);

Convém ainda salientar que não foi encontrado um aplicativo com o conceito similar ao proposto pelo “Sororidade”, apenas comunidades e grupos no *Facebook*, como por exemplo, a página “Vamos Juntas?”, cujo objetivo é ouvir depoimentos de mulheres e publicá-los; o projeto “Mais amor entre nós Brasil” (disponível em: www.maisamorentenosbrasil.com.br), que consiste em trocas de serviços gratuitos entre mulheres; e o grupo fechado do Facebook “*Share your PPK*”, que se tornou uma rede de apoio às integrantes.

Representações sociais e construção de papéis e valores de gênero

Na contemporaneidade, mulheres têm se atentado para a questão da construção da identidade e representação femininas, focando em seu significado, produção e formas de questionamento, afinal,

a individualização do trabalho não provocou igualdade nas relações entre homens e mulheres, e nem a inversão na estrutura de poder. A independência econômica feminina não representou o término das desigualdades entre homens e mulheres porque elas não se resumem à esfera econômica e material. Estão presentes na cultura, nas ideias, nos símbolos, na linguagem, no imaginário, enfim, formam um conjunto de representações sociais que impregnam as relações (Priore, 2001, p. 563).

As representações sociais consistem não apenas em um reflexo de valores de um determinado grupo, mas em processos de construção de relações, identidades e sentidos compartilhados socialmente, responsáveis por moldarem comportamentos (Vizeu, 2006, p. 36), ou seja, concomitantemente, refletem e criam valores e comportamentos.

As representações são reguladas e organizadas por meio de discursos e estão presentes em todas as formas de comunicação (desde a conversa pessoal, até o discurso da mídia). Assim, conforme Denise Jodelet (como citado em Swain, 2009), toda forma de comunicação veicula, cria, reforça ou questiona representações.

Mais especificamente em relação à construção de gênero, Pierre Bourdieu (2003) aponta que esta é realizada subjetivamente e sutilmente, de maneira que valores androcêntricos passam ser internalizados naturalmente por homens e mulheres. Para o sociólogo, a dominação de gênero se estabelece no centro da economia das trocas simbólicas, sujeitando os envolvidos a uma ordem masculina corporificada. Neste caso,

os agentes de algum modo caem na sua própria prática, mais do que a escolhem de acordo com um livre projeto, ou do que são empurrados para ela por uma coação mecânica (...). Basta que os agentes se deixem levar por sua natureza, isto é, pelo que a história fez deles, para estarem como que ‘naturalmente’ ajustados ao mundo histórico com o qual se defrontam (Bourdieu, 1990, p. 130).

Assim, o androcentrismo ainda é colocado de maneira difusa no inconsciente coletivo, pois a mulher é educada para não brigar pelo poder ou para modificar a forma como este é exercido. Em relação a isso, Simone de Beauvoir aponta que “o opressor não seria tão forte se não tivesse cúmplices entre os próprios oprimidos”, reforçando que essa naturalização da violência torna as mulheres cúmplices da própria cultura androcêntrica.

Neste sentido, é necessário promover uma mudança na forma como as mulheres se veem e compreendem seu potencial. No entanto, “mudanças sociais exigem um esforço coletivo para transformar os regulamentos e, quanto àqueles mais enraizados, requerem ainda mais tentativas e persistência” (Reis, 2002, p. 36), sendo necessária disponibilidade dos sujeitos de organizarem novos arranjos sociais.

A representação e o reconhecimento de vozes e perspectivas distintas permitem que os membros de grupos oprimidos (e que se encontram em desvantagem) possam organizar-se de modo a alcançar uma percepção do seu poder como coletividade e um entendimento de suas experiências e interesses no contexto mais amplo da sociedade em que se inserem; tenham voz e possam expressar suas percepções de como as políticas propostas os afetam, além de propor políticas em contextos institucionais em que suas perspectivas sejam necessariamente levadas em consideração; e, por fim, tenham poder de veto em relação a políticas que os afetem diretamente (Young como citado em Biroli & Miguel, 2009, p. 14).

O conceito do aplicativo “Sororidade” é justamente ofertar às mulheres um campo onde podem desconstruir discursos antigos e construir novas formas de se compreenderem, e, possibilitar a reconstrução e recriação destas enquanto protagonistas de suas próprias histórias, a partir de uma rede ajuda mútua.

O cenário brasileiro para mulheres

Durante as últimas décadas, movimentos de mulheres tem se destacado no Brasil com sua pauta de reivindicação por transformações na cultura androcêntrica que ainda influencia valores e comportamentos femininos e masculinos, afinal, o cenário brasileiro ainda é desfavorável às mulheres em diferentes esferas. Em pesquisa divulgada em março de 2016, o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - Caged (como citado em Estadão, 2016) aponta que “ter trajetória semelhante e ocupar mesmo cargo ainda não é suficiente para dar à mulher um salário igual ao do homem”. O grau de defasagem salarial acompanha o grau de escolaridade, assim, para trabalhadores analfabetos a diferença de salário entre homens e mulheres é em torno de 4%, enquanto que para cargos onde há a necessidade de educação superior completa, a disparidade é de 34%.

Outro fator que merece atenção é em relação à violência. De acordo com o Senado Brasileiro (como citado em Superinteressante, 2016), mais de 13,5 milhões de mulheres (ou seja, em torno de 19% da população feminina acima de 15 anos) já sofreram algum tipo de agressão, sendo que destas, 31% ainda precisam conviver com o agressor e 14% continuam sofrendo violência. Em relação ao estupro, aponta-se que a

cada 11 minutos uma mulher passa por esse tipo de violência no Brasil, totalizando em torno de 50 mil crimes desse tipo no ano. No entanto, estima-se que este número representa em média apenas 10% das agressões, o que elevaria o número para 500 mil estupros anuais (Mena, 2016).

Como resultado dessa violência, entre 2009 e 2011, o Brasil registrou 16,9 mil feminicídios (mortes de mulheres por conflito de gênero), o que representa 5,8 casos em cada 100.000 mulheres (Superinteressante, 2016).

Diante disso, mulheres tem buscado criar laços de cooperação entre si, com intuito de se fortalecerem enquanto sujeito social. A partir disso, tornam-se solidárias umas às outras e recebem apoio de diferentes maneiras, desde ajuda à realização de uma tarefa, companhia em um trajeto a pé ou em transporte público, até na possibilidade de ser acolhida e ouvida, podendo compartilhar experiências, dúvidas e angústias.

Neste sentido, destaca-se o termo “sororidade”, que implica pacto entre mulheres que passam a se considerar como irmãs, desconstruindo a mentalidade de constante rivalidade feminina. Este conceito tem ganhado espaço na sociedade brasileira contemporânea a partir de sua divulgação e aplicação realizadas por grupos de mulheres que apontam a união feminina como um fator determinante de mudança de uma sociedade alicerçada em valores androcêntricos.

Para tal, este grupo utiliza diferentes ferramentas de comunicação, principalmente websites e mídias sociais, mas pouco se utiliza de aplicativos. Especificamente em relação à ação de promover integração, ajuda e compreensão entre mulheres (principalmente por meio de se oferecer como uma ouvinte atenta, que oferece empatia e acolhimento à dor e às dificuldades alheias), são disponibilizadas as seguintes páginas e grupos do *Facebook* e aplicativos:

- Comunidade do facebook Vamos Juntas: a comunidade tem objetivo de debater a importância das mulheres se ajudarem, propondo reflexões sobre a temática.
- Comunidade do facebook “PPKs”: Fornece um espaço de interação e conversa entre mulheres sobre os diferentes assuntos do cotidiano feminino.
- Comunidade do facebook “Mais amor entre nós”: espaço para mulheres trocarem favores ou oferecerem serviços gratuitos a outras mulheres.
- Comunidade do facebook “Tamo juntas”: é administrada por advogadas, assistentes sociais e psicólogas que auxiliam vítimas de violência doméstica.

- Grupo fechado do facebook “Feminaria”: espaço de colaborativismo entre mulheres por meio de postagem de vagas de emprego, pedidos de ajuda ou pedidos de parceria.

- Comunidade do facebook “O clube da Alice”: fornece espaço de interação entre mulheres que podem compartilhar e debater diferentes assuntos do cotidiano feminino.

- Grupo no facebook “Moça seu relacionamento é abusivo 2.0”: espaço de debate entre mulheres a respeito de problemas de relacionamento.

- Aplicativo “Nearbee” (Brasil): conexão de pessoas (homens e mulheres) próximas com intenção de interação em situações como solidariedade, diversão, negócios, informações e emergências.

- Aplicativo “Sai pra Lá” (Brasil): ferramenta em que é possível registrar de forma anônima um caso de assédio, o local e dia em que ocorreu, assim, o aplicativo mapeia locais onde ocorreram assédios e pressiona órgãos responsáveis a tomar atitudes para tornar a área mais segura.

- Aplicativos “Hablame de Respeto” (México), “APP Fem” (El Salvador) e “Lei Maria da Penha” (Brasil): ferramentas de informação a respeito de violência contra mulheres: os tipos de violência e o que pode ser feito nesses casos.

- Aplicativo “Mete a Colher” (Brasil): aplicativo ainda em desenvolvimento. O projeto consiste em um espaço de interação entre mulheres que estejam em relacionamentos abusivos ou enfrentam situações de violência doméstica.

Em relação ao projeto do aplicativo “Mete a Colher”, as desenvolvedoras (que já atuam em um projeto semelhante por meio da página do facebook também denominada “Mete a Colher”) apontam que, a partir de suas experiências em grupos do facebook, constataram uma necessidade latente de um aplicativo que proporcionasse às mulheres condições de conversarem e exporem situações de violência, trocaram experiências desse tipo e receberam apoio. A partir disso, desenvolveram, então, o projeto do aplicativo “Mete a Colher”, cujo objetivo é “colocar as mulheres em contato umas com as outras, criando um ambiente seguro onde elas podem compartilhar suas histórias e se apoiar mutuamente, materializando o conceito de sororidade”.

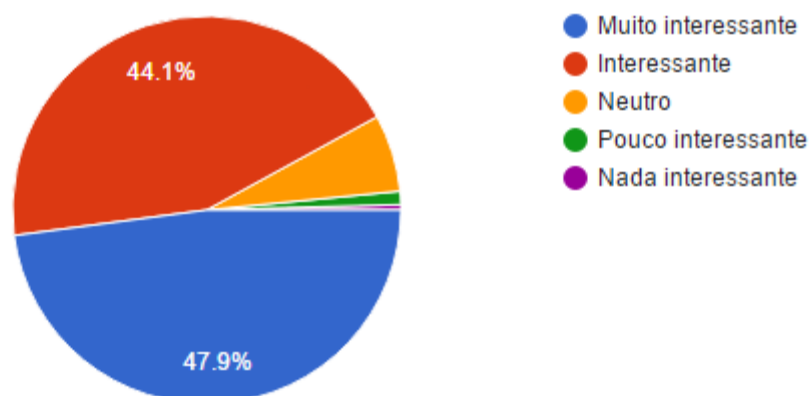
O aplicativo “Sororidade” trabalha com uma proposta semelhante, mas oferecendo um espaço de interação grupal (não apenas individual), de forma anônima e

com possibilidades de discussão de temas diversos do cotidiano feminino (não restrito apenas à temática de violência), dessa forma, promove a interação feminina de forma inovadora.

Considerando esse cenário no qual mulheres possuem a necessidade de espaços de debate e ajuda mútua, e a defasagem de um aplicativo com essa proposta específica de interação entre mulheres e de forma anônima, foi realizada uma pesquisa probabilística (por conveniência) com 440 mulheres, aplicada via internet (facebook, email e whatsapp) no período de agosto e setembro de 2016, com intuito de avaliar a pertinência do aplicativo Sororidade. O grupo entrevistado está dividido conforme a seguinte faixa etária: 8% possuem até 18 anos, 41,3% de 19 a 25 anos, 33,1% de 26 a 35 anos, 14,4% de 36 a 50 anos e 3,1% acima de 51 anos.

Conforme ilustrado no Gráfico 1, o resultado da pesquisa apontou que 92% das entrevistadas demonstram interesse no aplicativo (47,9% acredita ser muito interessante e 44,1% julga ser interessante), 6,4% não possuem ainda opinião sobre o aplicativo e 1,5% julga o aplicativo não interessante.

Gráfico 1. Opinião sobre o aplicativo Sororidade



Esse grau de importância também foi relatado por meio de depoimentos:

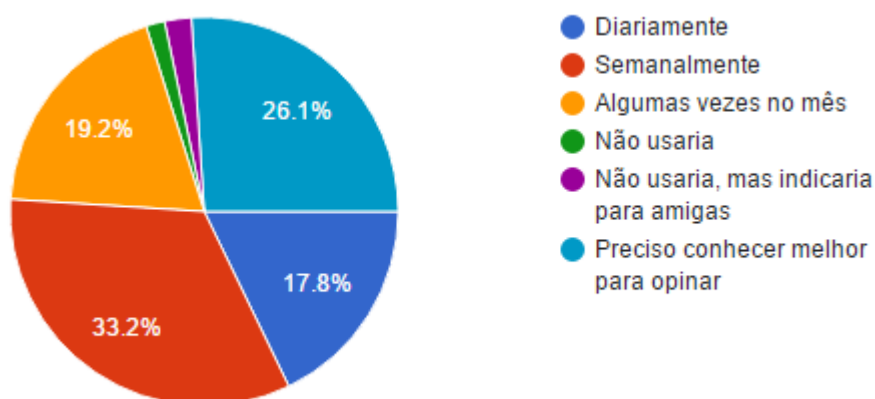
Entrevistada A: Nos últimos anos tenho estudado a violência contra a mulher, no período em que realizei leituras para o desenvolvimento da minha monografia conheci alguns aplicativos de proteção à mulher, apesar de serem pouco conhecidos, contribuem com a diminuição da violência. Acredito que este aplicativo Sororidade será importante para a discussão deste e outros assuntos, além de contribuir com mulheres em situação de risco.

Entrevistada B: Olá! Acho a ideia sensacional e já tinha pensado que poderia existir um app assim. Falo isso a partir de uma experiência que eu tive. Num grupo de indicação de médicos do facebook, postei pedindo sugestões de uma especialidade qualquer. Um amigo viu e marcou uma colega nossa. Ela veio me contar inbox para eu NAO ir em um médico X, que ela tinha ido e que era um tarado. Fiquei pensando como me livrei de passar um perrengue e ao mesmo tempo que seria ótimo se pudéssemos ter mais "referências" como essa de mulheres para os mais diversos serviços.

Entrevistada C: É uma ótima proposta e acho que tem potencial para mudar a vida de algumas mulheres, que muitas vezes só precisam de uma mão amiga.

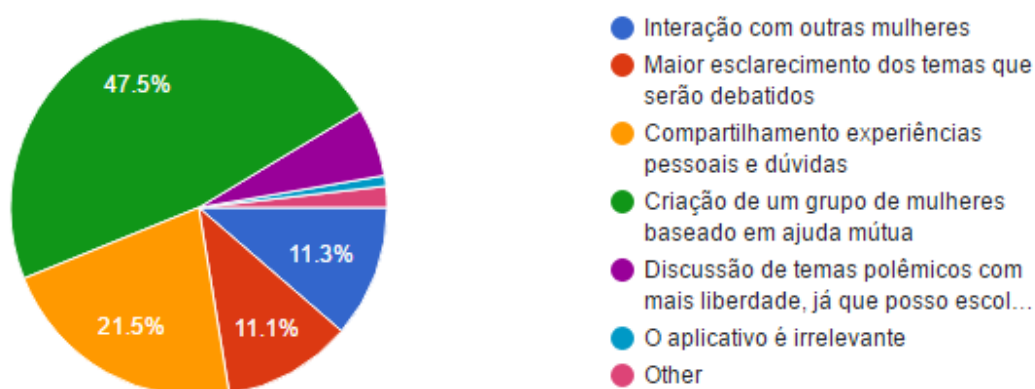
Conforme observado no Gráfico 2, a pesquisa também revelou que 17,8% das entrevistadas teria interesse em utilizar o aplicativo diariamente, 33,2% semanalmente e 19,2% algumas vezes no mês. Apenas 3,8% afirmaram que não utilizariam a ferramenta, sendo que destas, 2,2% não utilizariam, mas indicariam para outras pessoas.

Gráfico 2. Frequência de uso do aplicativo Sororidade



Considerando a importância do aplicativo, as entrevistadas o consideraram importante para a criação de um grupo de mulheres baseado em ajuda mútua (47,5%), para o compartilhamento de experiências pessoais e dúvidas (21,5%), para interação com outras mulheres (11,3%), para maior esclarecimento dos temas debatidos (11,1%), para discussão de temas polêmicos com liberdade (5,9%), e outros fins (1,8%). Apenas 0,9% consideram o aplicativo irrelevante. Esta questão aponta justamente que a maior contribuição do aplicativo é a promoção da interação entre mulheres, criando um grupo onde todas possam ajudar e encontrar ajuda. Esse resultado é apresentado no Gráfico 3.

Gráfico 3. Importância do aplicativo



Foi verificada também a importância do aplicativo em situações práticas, onde as entrevistadas indicaram situações nas quais o aplicativo teria aplicabilidade.

Entrevistada D: Acredito que a ideia do aplicativo contribuirá muito em nosso dia a dia. Não só poderemos expor nossos pontos de vista, como tbm aprender com as experiências umas das outras.

Entrevistada E: Eu adoraria um app onde várias mulheres relatam suas experiências, em dezembro irei colocar o DIU e adoraria ouvir relatos de outras mulheres sobre ele, também gostaria de debater com um maior número de mulheres sobre a maternidade ou não maternidade e mercado de trabalho.

Entrevistada F: Seria bacana para mulheres compartilharem suas experiências, indicarem pessoas do grupo para trabalhos e sobretudo romper a ideia de que amizade com homem é mais sincera.

Entrevistada G: É muito importante ouvir as mulheres.. Muitas sofrem caladas não só violência física, mas também a psicológica. Interações e ajuda mútua é sempre bem vinda.

Entrevistada H: Penso que é importante a interação entre mulheres para aprendermos mais umas com as outras.

Entrevistada I: A ideia é ótima, de verdade! Muitas vezes recebemos ajuda de maneira mais eficiente de mulheres desconhecidas do que de amigas e conhecidas.

Entrevistada J: Que possa ser um espaço de interação, aprendizado coletivo, trocas múltiplas e criação de uma rede afetiva de apoio. Aprender de si com a outra. Projeto cheio de beleza e possibilidades. <3 Adoraria poder colaborar com textos...

O aplicativo “Sororidade” teria justamente a função de auxiliar neste processo de comunicação entre mulheres, destacando-se como uma ferramenta em que elas pudessem debater sobre seus problemas e apoiarem umas às outras. A partir desse conceito, inicialmente o aplicativo será divulgado em centros de atendimento e assistência às mulheres, ou seja, instituições ou grupos que trabalham com violência contra a mulher, de maneira a promover uma melhor qualidade de vida para estas ao encontrarem mais um ponto de acolhimento e discussão.

Em entrevista com o “Grupo de Apoio a Mulher¹”, foi apontada a importância da criação de um aplicativo com a proposta do Sororidade. Esse grupo conta com 22 profissionais que assistem 80 vítimas de violência em todo Brasil, fornecendo suporte 24h por dia por meio do Whatsapp. De acordo com a entrevistada (que preferiu manter a identidade preservada), o aplicativo poderia viralizar e personalizar o trabalho que já realizam, oferecendo outras formas de contato entre mulheres nessa situação.

Em pesquisa divulgada em setembro de 2016, o Instituto Datafolha (como citado em Mena, 2016) apontou que 30% da população brasileira (30% dos homens e 30% das mulheres) concordam que a vítima é culpada pela violência sexual sofrida. Por isso, vale salientar a importância de um processo de conscientização da população para minimizar este crime e reparar os danos psicológicos causados à vítima. Um espaço

¹ O GRAM é um grupo constituído por mulheres formadas em direito, psicologia e serviço social que objetiva acolher mulheres vítimas de violência doméstica e debater aspectos legais referentes ao tema. O grupo atua desde 2010, e atua em todo Brasil, já que não conta com atendimento presencial, apenas por *email, whatsapp e facebook*.

como o promovido pelo Sororidade pode contribuir justamente com este processo de reeducação das próprias mulheres (já que 30% concorda que em casos de estupros a culpa é da vítima) e de acolhimento da vítima.

O projeto torna-se, portanto, pertinente por estimular a solidariedade entre mulheres, criando grupos de apoio que debatam assuntos diversos como mercado de trabalho, violência doméstica, relacionamentos, padrões de beleza, entre outros. Com esta rede de apoio objetiva-se que mulheres tenham a auto estima melhorada e obtenham o auto empoderamento, possibilitado a partir da compreensão e acolhimento de outras mulheres.

Resultados esperados e sistemas de acompanhamento e avaliação

O objetivo do aplicativo é alcançar a aceitação do público alvo (obtido em torno de 700 *downloads* no primeiro semestre, alcançado a partir de uma lista de 207 contatos de mulheres que demonstraram interesse em utilizá-lo e estão aguardando o seu lançamento), de maneira que ocorra uma participação efetiva das mulheres, criando uma rede colaborativa de aceitação mútua, de forma a impactar positivamente a vida das usuárias, ao poderem apontar suas histórias, medos e ansiedades livremente e sem preocupação de serem julgadas, ao mesmo tempo em que oferecem acolhimento a outras colegas.

Para garantir a qualidade dos debates, o acompanhamento dessas atividades e funcionamento do aplicativo será de responsabilidade de um dos colaboradores do projeto, que fará mediações e avaliações das interações realizadas nas salas de bate papo.

A avaliação dos resultados alcançados será feita por meio de:

- Número de *downloads* efetuados;
- Análise qualitativa das salas de bate papo, a partir da observação do administrador do aplicativo;
- Mensagens obtidas a partir de um canal de contato com os colaboradores do projeto (o aplicativo disponibilizará um recurso de conversa com o administrador, por meio do qual as usuárias poderão enviar *feedbacks*, sugestões e críticas).
- Pesquisa sobre o aplicativo, indicada às usuárias, via Google Play

A partir das formas de avaliação e controle objetiva-se garantir que as discussões agregam valor à vida das usuárias e promova o empoderamento feminino a partir da conscientização de novas possibilidades de papéis e valores de gênero, bem como da divulgação de ferramentas e instituições disponíveis para atendimento às necessidades específicas desse público.

Considerações finais

Considerando o cenário contemporâneo brasileiro em relação às mulheres, é importante que estas discutam possibilidades de mudanças de culturas e cenários androcêntricos. Por isso, a apropriação de meios de comunicação é fundamental para divulgação de informações sobre os direitos desse grupo e mudar cenários de violência e assédio, que ainda são constantes na sociedade brasileira.

Uma das formas utilizadas para minimizar esse cenário é a disseminação de uma rede colaborativa entre mulheres, onde estas assumam relações de amizade e não de rivalidade. O aplicativo Sororidade surge justamente para contribuir com essa necessidade, oferecendo um espaço de interação e comunicação entre mulheres, para que estas possam dividir dificuldades, anseios e dúvidas do cotidiano feminino, ao mesmo tempo em que oferecem ajuda, apoio, conselhos e afetividade para outras que passam por situações que possuem dificuldades.

O diferencial do aplicativo consiste na divisão de temas pré-estabelecidos (violência, assédio, maternidade, mercado de trabalho, beleza) e na possibilidade das mulheres discutirem de forma anônima, de maneira que se sintam mais à vontade para discutir e expor suas próprias experiências em relação aos assuntos polêmicos como violência e assédio.

A pesquisa aplicada em agosto e setembro de 2016 apontou que o conceito do aplicativo teve grande aceitação, sendo que 92% das entrevistadas demonstraram interesse no “APP Sororidade”, ressaltando a necessidade das mulheres de encontrarem um canal de comunicação com essa proposta e, principalmente, que ofereça a possibilidade de participação anônima.

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer ao apoio da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de São Carlos (ProEx/UFSCar) pelo apoio financeiro (processo n° 23112.000946/2017-61).

Referências

Almeida, C. C., Lucrédio, D., & Menotti, R. (2014). *Introdução às tecnologias para desenvolvimento de aplicações em plataformas móveis Android*. São Carlos, SP: Universidade Federal de São Carlos.

Birulli, F., & Miguel, L. (2007). *Gênero e política na mídia brasileira*. Recuperado em 30 setembro, 2016, de http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_me-birulli.pdf.

Bourdieu, P. (1990). *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense.

Bourdieu, P. (2003). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Estadão (2016). *Diferença salarial entre homens e mulheres sobe conforme escolaridade*. Recuperado em 23 junho, 2016, de <http://economia.estadao.com.br/noticias/sua-carreira,diferenca-salarial-entre-homens-e-mulheres-sobe-conforme-escolaridade,1841086>.

Mena, F. (2016). *Um terço dos brasileiros culpa mulheres por estupros sofridos*. Recuperado em 22 setembro, 2016, de <http://m.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/09/1815301-um-terco-dos-brasileiros-culpa-mulheres-por-estupros-sofridos.shtml>.

Priore, M. (2001). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto.

Reis, M. (2002). *Mulher: produto com data de validade*. São Paulo: O Nome da Rosa.

Superinteressante (2016). *Seis dados que revelam a gravidade da violência contra mulher no Brasil*. Recuperado em 23 junho, 2016, de <http://super.abril.com.br/comportamento/dados-violencia-contra-a-mulher-brasil>.

Swain, T. (2009). *Feminismo e representações sociais*. Recuperado em 15 janeiro, 2009, de <http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/viewFile/2657/2194>.

Vizeu, A. (2006). Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. *Famecos*, Porto Alegre, n. 30, 31-38.

O MUNDO MEDIATIZADO DAS MARCHAS POPULARES DE LISBOA: O CONCEITO DE *ENTRELAÇAMENTO MEDIÁTICO*¹

ÉLMANO RICARTE²
Universidade Católica Portuguesa
elmricarte@gmail.com

Resumo

Apresentam-se diretrizes de uma investigação em curso na comunicação diante do fenómeno das Marchas Populares de Lisboa, principal elemento da cultura popular das Festas de Lisboa, cuja realização dá-se no mês de junho, no contexto social profano e sagrado em homenagem aos santos Antônio, João e Pedro (dias 13, 24 e 29 de junho respectivamente). Com base teórico-metodológica na Mediatização e na Folkcomunicação, o estudo segue a estratégia metodológica da Fotocartografia Sociocultural (Nobre, 2011) que se apoia principalmente nas técnicas da fotografia, entrevista e de observação para compreender como se dá a construção do mundo mediatizado das Marchas Populares de Lisboa. Tomamos como ponto de partida um olhar centrado na relação das Marchas na relação com os novos *media* e das novas tecnologias. Elas realizam por si só, a um primeiro nível, um ato de comunicar sobre os modos de vida, os costumes e tradições, a economia, a cultura, isto é, os aspectos socioculturais de suas comunidades. E, em seu relacionamento com os novos *media*, observamos a possibilidade de novos horizontes para aquelas coletividades.

Palavras-chave: comunicação e cultura; mediatização; marchas populares de Lisboa.

¹ Este trabalho faz parte de nossas pesquisas no Doutorado em Ciências da Comunicação, sob a orientação da professora doutora Rita Figueiras (Universidade Católica Portuguesa) e conta ainda com apoio da CAPES/ MEC-Brasil.

² Doutorando em Ciências da Comunicação, Universidade Católica Portuguesa – UCP (Bolsista da CAPES - Proc. nº 0706-14-0). Graduado em Jornalismo e em Radialismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN (Brasil), com graduação sanduíche na UCP. Mestrado na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Investigador Júnior do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura – CECC/UCP. Integrante do OBES - Observatório BOA-VENTURA de Estudos Sociais - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação - Rede FOLKCOM. E-mail: elmricarte@gmail.com

Abstract

In this paper, we present a working in progress as part of our investigation in Communication Sciences about the Lisbon Popular Marches and their relationship with media. The Marches are the main folklore representation in the «Festas de Lisboa» inside the context of the popular celebrations of June, namely in honor to the saints Anthony, 13th, John the Baptist, 24th, and Peter, 30th. The methodology we undertake to address this study is sociocultural photcartography. Through this methodological strategy, we observe, collect data, interview and we photograph the relationship of these folklore groups and media. Thus, we try to map the «mediatized world» of the Lisbon Popular Marches. We think that the Marches may improve their communication through the relationship with the media, especially with the social media. It is important to highlight the Marches as a representation of the way of life within respective neighborhoods. In addition, on the social media, they can to communicate this way of life with specific social aspect such as traditions, local economy, local characterizes, etc. In this relationship, we observe a possibility of opening horizons to these communities, namely the right to communicate about themselves.

Keywords: communication and culture; mediatization; Lisbon popular marches.

Introdução

Apresentamos nosso ponto de situação de uma investigação em curso de doutoramento em Ciências da Comunicação. Em um primeiro momento, apresentamos como se constroem os contextos das Marchas Populares de Lisboa com as festas para, em seguida, expor como trabalhamos nossa metodologia na pesquisa e, por fim, apresentamos alguns apontamentos que temos retirado de nossa parte empírica como apresentamos no I Congresso Internacional de Redes Sociais, no Painel de Movimentos Sociais e Práticas Culturais.

Como primeiro ponto, então, tratemos das festas como contexto. A partir de um levantamento bibliográfico (Abel, 2006; Cascudo, 2000), notamos que festas populares de Lisboa em homenagem aos santos católicos são uma herança de uma união entre o pagão e a religiosidade cristã. De um lado, celebra-se a prosperidade da colheita farta ou da boa pescaria (uma vez que a sardinha é uma das marcas da gastronomia portuguesa nas festividades de junho) e do outro a Fé por meio dos atos de devoção e em homenagem aos santos populares do mês de junho: Antônio³ (dia 13); João Batista⁴ (dia 24) e Pedro⁵ (dia 29).

Para Durkheim (2008), as festas são elementos recreativos e estéticos, nas quais se rompe o cotidiano e se ganha energia para voltar à rotina, mas também elemento de interação social e mediação entre culturas.

De acordo com Cascudo (2000), as festas em Portugal transformaram-se pela primeira vez em tema de debate nacional no período da coroa lusitana no século XIV quando, junto à Igreja Católica, instituíram-se procissões obrigatórias pelas ruas das cidades com o objetivo de evitar as «Maias», danças e cantigas de origem pagãs em homenagem à primavera. Todavia, não houve sucesso, elas não só permaneceram como também se reinventaram, incorporando-se nas instituições por exemplo.

³ Santo Antônio foi Monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja, cujas homenagens litúrgicas ocorrem no dia 13 de junho. É também chamado de Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nascido com o nome de Fernando Martins de Bulhões no município de Lisboa, Portugal, em 15 de agosto de 1195, morreu na cidade de Pádua, Itália, em 13 de junho de 1231.

⁴ João Batista é o precursor de Jesus Cristo. Suas homenagens concentram-se em 24 de junho, suposta data de seu nascimento. De acordo com a tradição popular no Brasil, Isabel, mãe de João teria feito uma fogueira para que sua prima Maria, mãe de Jesus, soubesse ao longe que o menino tinha nascido. João é também aquele que batiza Jesus Cristo nas águas do Rio Jordão (cuja bacia hidrográfica abrange a Palestina e Israel), dando início a vida messiânica de Cristo.

⁵ Na iconografia de São Pedro, segundo a tradição católica, há as chaves dos céus em suas mãos, sendo o comandante das chuvas pela tradição popular. Nasceu na cidade de Betsaida, região da Galiléia. Pescador no município de Carfanaum, tornou-se discípulo de Jesus Cristo e, posterior líder dos apóstolos.

Sendo assim, como herança incontestada, a dança pagã sobreviveu, passando a ser permitida com uma nova leitura cristã nas festividades. Tal definição veio a ser reforçada com o Concílio de Trento (1545 - 1563), aproximando a Igreja e os costumes do povo, tomando-se ainda como pretexto o fato de que o rei judeu Davi dançou ao Deus Jeová em seus atos de louvor.

E como parte do contexto das celebrações profanas de junho na capital portuguesa, as Marchas Populares de Lisboa são a representação mais emblemática das Festas de Lisboa, cujo nascimento remonta às madrugadas, nas quais se saía de festa com amigos e familiares, molhavam-se e lavavam-se os rostos nas bicas e seguiam pelos logradouros públicos a cantar e dançar em comemoração pelo bom tempo e em homenagem aos padroeiros populares (Abel, 2006). Diversas destas fontes de águas públicas ainda estão espalhadas pela cidade como mostra a Figura 01. Mas, agora, apenas como relicários das memórias daqueles tempos. São hoje monumentos do património público.

Figura 06: fonte antiga de «águas livres» do município de Lisboa. Essa é localizada na Avenida Estrada de Benfica, no bairro de São Domingos de Benfica:



Foto: Élmáno Ricarte/ 2015.

Com o passar do tempo, cada bairro da cidade e uma organização comunitária assumiram a administração de um grupo de pessoas com a função de realizar cada agremiação.

Ao mesmo tempo que isso acontecia, na Praça do Comércio, coração da cidade de Lisboa, também no mês de junho diversos grupos de campesinos de todo o país vinham para venderem suas colheitas. Uma forma de entrar na cidade e fugir das fiscalizações era a dança e a música. Então, em grandes caravanas, os vendedores adentravam no

centro do município, montavam seus ranchos, vendiam e trocavam suas colheitas com os cidadãos de Lisboa.

Conforme o levantamento realizado por Abel (2006), podemos destacar que, até 1932, alguns jornais (como por exemplo: *Século*; *Mercúrio*) abordavam em suas páginas sobre o tema das festas e dos ranchos na cidade, porém não faziam parte da organização de tais festejos e assim tão pouco faziam as entidades públicas. Eram, pois, festividades populares espontâneas. Somente, em 1932, os jornais *Diário de Lisboa* e o *Notícias Ilustrado* decidem organizar o primeiro desfile das, então, Marchas Populares de Lisboa junto a *Sociedade Avenida Parque*.

Naquela época, houve uma enorme promoção da iniciativa organizada por tal grupo nos jornais locais. Uma mostra disso é a Figura 02, capa do jornal *Diário de Lisboa* no dia 12 de junho de 1932.

Figura 07: Capa do jornal *Diário de Lisboa*, edição do dia 12 de junho de 1932.



Fonte: Arquivo Digital da Fundação Mario Soares. Disponível em: <http://www.fmsoares.pt>. Acesso em: 19 de dezembro de 2012.

Em 1934, a Câmara Municipal de Lisboa, com apoio de parceiros privados, passou a promover os desfiles das Marchas Populares como um grande evento na cidade, unindo todos os grupos em desfiles competitivos. Entretanto, vale mencionar que, durante aquele período, Portugal passava por um regime de ditadura e a organização dos desfiles proporcionaria a visibilidade de um povo festivo, fraterno e pacífico, com uma identidade e consciência próprias sobre ela.

Desde então, na noite de 12 de junho, véspera do dia de Santo António, os participantes de vinte grupos (podendo variar tal número para mais ou menos conforme regulamento da competição) de Marchas descem a Avenida da Liberdade (antigo limite da cidade entre mouros e cristãos, hoje, grande avenida de comércio de luxo e turismo com lojas das principais marcas internacionais como, por exemplo, «Louis Vuitton», «Gucci», «Dolce & Gabbana» e «Prada» e ainda com teatros e cinemas ilustres como «Cinema São Jorge» e «Teatro Tivoli») até a Praça dos Restauradores. Ao todo, é um percurso de mais de mil e duzentos metros, feito aos olhos dos lisboetas, bairristas ou não, e de turistas.

Nesse percurso, há vários tipos de veículos de comunicação sejam eles emissoras de televisão, de rádio ou jornais impressos assim como agências mediáticas nacionais e internacionais. E, apesar de terem nascido em Lisboa, segundo Abel (2006), as Marchas estão, atualmente, em todo Portugal como ilustra a Figura 03 com cartazes de desfiles na cidade de Coimbra (centro do país) e no município de Faro (sul):

Figura 08: Cartazes dos desfiles das Marchas Populares em algumas cidades de Portugal.



Na visão de Lucena Filho (2012: 61), as Marchas Populares,

(...) constituem o ponto alto dos festejos, são um evento aglutinador de centenas de pessoas, forças vivas da cidade constituídas pelas coletividades, marchantes, ensaiadores, coreógrafos, figurinistas, músicos e as estrelas anônimas dos bairros que, na sua dedicação e empenho permitem a continuidade deste acontecimento cultural popular. Trata-se enfim, de um conjunto de pessoas unidas pelo seu amor ao bairro onde vivem e o que cada Marcha representa.

Até a década de cinquenta, as Marchas tiveram contato simultâneo com os jornais impressos e com as emissoras de rádio. Vale mencionar que na mesma década de surgimento das Marchas e nas seguintes, vários filmes retratavam o cenário das coletividades. Os dois mais emblemáticos são *A Canção de Lisboa*, do realizador José Cotinelli Telmo (1933) e *O Pátio das Cantigas*, de Francisco Ribeiro (1942).

A partir da primeira metade do século XX, com o advento da televisão, a empresa pública *Rádio e Televisão Portugal – RTP* passa a transmitir as festividades locais para todo país e mais tarde para outros países como Brasil, Angola, Canadá, Moçambique, etc. Porém, é importante dizer que as agências de *marketing* e publicidade de várias empresas privadas (principalmente as de alimentos e bebidas como a *Sumol*, *Super Bock*, *Café Sical*) também criaram várias peças sobre as Marchas e as festividades.

Atualmente, em um cenário com o ambiente virtual, as Marchas e as festas estão em vários níveis com participação das entidades organizadoras públicas e privadas e ainda com criação de vários grupos (comunidades) virtuais, nas quais os interessados por cada coletividade podem participar e interagir com os conteúdos de vários meios de comunicação.

Em nossa investigação, no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (mestrado) (Souza, 2014), pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil, foram observadas as marcas culturais da festa popular nas cidades de Natal (capital do estado do Rio Grande do Norte, Nordeste brasileiro, com cerca de um milhão de habitantes em sua região metropolitana) e de Lisboa (também com cerca de um milhão de habitantes em sua zona metropolitana) a partir do fotojornalismo de veículos de comunicação locais, nomeadamente os jornais impressos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*. Com a análise das fotografias jornalísticas dos periódicos em Lisboa, notamos que as Marchas envolvem, logo, uma coreografia, figurinos, adereços e gestos.

Naquela pesquisa (Souza, 2014), participamos das Festas de Lisboa e observamos um contexto mais amplo do que o registrado pelas objetivas dos fotojornalistas. Tratava-se de um contexto sociocultural tomado como um elemento estético e característico de cartão postal, ou seja, não se valorizavam os modos de vida dos habitantes locais oriundos das Marchas. Constatamos ainda a presença, em grande quantidade, de mídia de massa como grandes redes de televisão mediatizando o evento

como um «grande atrativo turístico e econômico», como afirma Marques de Melo (2008).

Essa atividade fotojornalística revelou-se um olhar hegemônico epistemicida como discute o pensador português Boaventura de Sousa Santos (2009). De acordo com Santos (2009) a prerrogativa da epistemologia do norte (hegemônico) é silenciar outras formas de conhecimento, colocar-se como única forma de saber diante do popular e do senso comum. No caso, silenciaram-se os moradores daqueles bairros ao ser tratar uma só perspectiva de seus aspectos socioculturais e ainda de maneira distorcida.

Pensamos que as Marchas Populares possuem as características de uma comunicação popular, possibilitando aqueles os quais pertencem àquela comunidade falar de si e seu modo de vida, seus aspectos socioculturais, dar-se voz ao popular de dentro de seu contexto.

Sendo assim, a marcha pode comunicar uma mensagem local, pois conforme explica Lima (2010: 60), «quando falamos de nossa cultura, o que estamos fazendo é recuperar o ponto de vista dos outros sobre nós». E é no bairro e a partir dele que o sujeito ganha destaque social, é o seu palco de ações (Martín-Barbero, 2002: 60). A vivência do ser em seu bairro traz sentido para a sua comunicação a partir da Marcha.

No estudo do mestrado, em uma comparação com edições dos periódicos analisados em outras épocas não festivas do ano, constatamos que os bairros mais populares ganhavam destaque nas páginas dos cadernos policiais criando uma imagem de exclusão social àquelas comunidades.

Portanto, dada a oportunidade, dos desfiles em logradouro público, mediatizado por diversos veículos de comunicação, os moradores dos bairros populares podem se expressar pela Marcha, nos temas e marcas centrais que as representam de forma sociocultural, seja pela iconografia das vestimentas e dos adereços, das músicas e suas letras...

Logo, a cultura popular pode ainda relacionar-se com os *media* tradicionais para atingir um número maior de indivíduos com sua mensagem. Porém, ao observamos o passado dessa relação, ressalta-se que as empresas de comunicação objetivavam mais o lucro em atingir um maior número de consumidores, sejam eles incluídos em âmbito local ou regional, mas também os de alcance nacional e internacional, como discute Peruzzo (2002: 74):

Os atores sociais no mundo contemporâneo rejeitam o anonimato, procuram valorizar suas raízes, sua cultura, seu patrimônio histórico e os acontecimentos que envolvem os grupos sociais a que se vinculam. Por outro lado, por parte das empresas de comunicação, o interesse principal é a captação de receitas provenientes da verba publicitária. [...] Ou seja, descobriu-se o local/regional como nicho de mercado, um segmento com potencial de rentabilidade alta e ainda pouco explorado comercialmente.

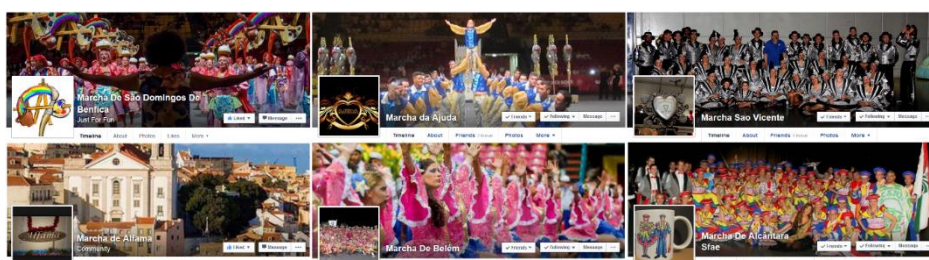
Portanto, estudar sobre as Marchas Populares de Lisboa é investigar um tipo possível de comunicação que pode ser local/regional e, conforme Beltrão (1976: 37):

Não há melhor laboratório para a observação do fenômeno comunicacional do que a região. Uma região é o palco em que, por excelência, se definem os diferentes sistemas de comunicação cultural, isto é, do processo humano de intercâmbio de ideias, informações e sentimentos, mediante a utilização de linguagens verbais e não verbais e de canais naturais e artificiais empregados para a obtenção daquela soma de conhecimentos e experiências necessária à promoção da convivência ordenada e do bem-estar coletivo.

Dessa forma, em nosso estudo doutoral, aqui apresentado em parcialmente, buscamos analisar não mais a cobertura dos desfiles feita pelos *media* tradicionais. Queremos como nosso principal objetivo analisar como é construído o «mundo mediatizado» das Marchas Populares de Lisboa pelas Marchas a partir dos novos *media* e das novas tecnologias. Como os participantes e organizadores constroem esse processo mediático de seus aspectos socioculturais.

Atualmente, em um cenário com o ambiente virtual, as Marchas e as festas estão em vários níveis com participação das entidades organizadoras públicas e privadas e ainda com criação de vários grupos (comunidades) virtuais, nas quais os interessados por cada coletividade podem participar e interagir com os conteúdos de vários meios de comunicação. Trouxemos um apanhado de algumas destas páginas na Figura 04.

Figura 09: as Marchas Populares de Lisboa migraram-se para os *social media* e, em especial, no *Facebook*, temos suas representações para uma comunicação mediática.



Ainda estamos em um processo de desenvolvimento desta investigação, porém, a seguir vamos expor brevemente nossa metodologia de como faremos a observação desse fenómeno social.⁷

Desenvolvimento da Pesquisa

Para iniciarmos a descrição de nossa metodologia, em um primeiro instante convém observarmos a definição de Marques de Melo (1975: 83-84) sobre do que se trata «Pesquisa em Comunicação», para entender como ocorre esta atividade de investigação científica no campo escolhido.

[...] a Pesquisa em Comunicação compreende, portanto, o estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenómenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidas a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público. É o estudo do comunicador, suas intenções, sua organização, sua estrutura operacional, sua história, suas normas éticas ou jurídicas, suas técnicas produtivas. É o estudo da mensagem e do canal, seu conteúdo, suas formas, sua simbologia, suas técnicas de difusão. É o estudo do receptor, suas motivações, suas preferências, suas reações, seu comportamento perceptivo. É o estudo das fontes, sua sistemática para a recuperação de informações. É, enfim, o estudo dos efeitos produzidos junto ao receptor, a partir das intenções do comunicador. Assim conceituada, a Pesquisa em Comunicação assume a natureza de campo interdisciplinar de estudos, envolvendo não apenas as investigações linguísticas, educacionais, jornalísticas, cibernéticas etc. – ou seja, as pesquisas próprias das Ciências da Informação – mas englobando também as iniciativas em outras áreas das ciências humanas – sociológicas, psicológicas, históricas, antropológicas etc.

Ou seja, podemos verificar que o campo da comunicação oferece um vasto manancial para ser analisado cientificamente. Dessa maneira, com base na citação de Marques de Melo (1975), estamos aqui tomando uma perspectiva interdisciplinar em investigação nas Ciências da Comunicação. Isso fica evidente quando refletimos sobre as escolhas que optamos quando decidimos evocar os estudos da Sociologia nesta investigação a partir de uma análise sobre o relacionamento atual das Marchas Populares de Lisboa com os novos *media* e as novas tecnologias (*smartphones* e *tablets*). Afirmamos que a Sociologia está presente nesta investigação, pois pesquisar no contexto da mediatização pode ser uma atividade inserida na disciplina da Sociologia da Comunicação segundo explica Hjarvard (2012: 88):

A midiatização⁶ é, ao mesmo tempo, um processo da sociedade que chama para o diálogo estudiosos dos meios de comunicação e sociólogos, e um conceito teórico que só pode ser compreendido através de uma combinação da Sociologia e dos Estudos dos Meios de Comunicação. A midiatização deveria ser vista como um processo de modernização em paridade com a urbanização e a individualização, em que os meios de comunicação, de forma semelhante, tanto contribuem para desvincular as relações sociais de contextos existentes quanto para reinseri-las em novos contextos sociais.

E ainda, ao tomamos as «configurações comunicativas» presentes no «mundo mediatizado» das Marchas Populares de Lisboa como campo empírico, microcosmo de cultura popular da sociedade lisboeta, acrescentamos ainda mais interdisciplinaridade com os estudos da mediatização.

Devemos lembrar também que, ao olharmos para um fenómeno sociocultural como é o folclore e observamos sua interface com a comunicação (Beltrão, 1980), evocamos os estudos interdisciplinares da Folkcomunicação. Vale destacar que apesar de estar atrelada ao *folklore*, é importante observar que a «Pesquisa em Folkcomunicação» não é sobre a cultura popular, mas sim sobre os processos de comunicação vinculados a ela como defende Hohlfeldt (2013: 877):

A Folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. A Folkcomunicação, portanto, é um campo extremamente complexo, interdisciplinar - necessariamente - que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo.

Isto é, não buscamos olhar apenas as Marchas Populares de Lisboa como objeto de estudo, pois assim seria uma investigação sobre o folclore lisboeta. Observamos, porém, a sua inter-relação com os novos *media*, suas configurações comunicacionais a partir desse «entrelaçamento interdependente» como diria Elias (2008). Com isso, perfila-se assim uma investigação em Ciências da Comunicação, com profundidade nos estudos da mediatização.

⁶ O termo “midiatização” é utilizado no Brasil, cuja correspondência em Portugal é “mediatização”. O segundo deriva do plural *media* da palavra em latim *medium*.

Para tanto, analisamos tais configurações com base na operacionalização proposta por Hepp (2014) na perspectiva sincrónica (atual) da pesquisa em mediatização. Sobre a definição das configurações comunicativas, Hepp (2014: 56, grifos originais) afirma:

(...) podemos falar de *configurações comunicativas como padrões de processos entrelaçando o que existe ao longo de várias mídias⁷ e em um “enquadramento temático” que orienta a ação comunicativa*. Assim, é possível dizer que uma única rede de comunicação já constitui uma configuração comunicativa específica: isso envolve a ação comunicativa entrelaçada articulada na interação mediatizada pelo uso da mídia.

Hepp (2014) propõe que tais configurações são o ponto de partida de análise dos mundos mediatizados e podem ser por dois caminhos. Um sincrónico já mencionado como sendo a análise na atualidade, no presente momento, e um outro diacrónico, o qual decorre como um viés de análise ao longo do tempo. Não optamos pela segunda trajetória metodológica, mas apresentaremos (em nossa tese final) uma breve contextualização histórica do relacionamento das Marchas Populares de Lisboa com os *media*. Há um longo percurso com mais de 80 anos e, ao nosso ver, seria uma análise de vários momentos de surgimento de novas configurações a partir da interação com os vários tipos de *media*. Por isso, optamos pelo momento atual, cujo período de análise vai de entre meados de 2014 a princípio de 2017. Esse período corresponde a quando as Marchas atingem os *social media* e criam suas páginas públicas para interações *online*.

Sendo assim, como um resumo dessas ideias referentes ao viés sincrónico para nosso desenho metodológico, adaptamos o pensamento de Hepp (2014) no seguinte quadro 01 de acordo com a análise das configurações comunicativas nos mundos mediatizados:

Quadro 03: quadro de operacionalização com base em Hepp (2014) à análise das configurações comunicativas em uma perspectiva sincrónica:

⁷ No Brasil, o plural de “mídia” (*medium*) é “mídias” e não “media” como em Portugal.

CONCEITO

Configuração comunicativa formada atualmente na inter-relação de fenômenos, sujeitos ou instituições sociais com vários tipos *media*, sejam de gerações diferentes ou não.

COMO ANALISAR

Analisam-se as configurações comunicativas, buscando entender como as gerações de *media* estão presentes naqueles «mundos mediatizados» no presente momento e como podem ocorrer transformações no contexto sociocultural dos participantes integrantes daquela comunicação mediática.

Vale lembrar que os estudos da mediatização têm, conforme Hepp (2014) duas vertentes principais, duas tradições. Uma delas, de um lado, é a institucionalista, a qual observa os *media* como uma instituição semi-independente cuja presença, em um relacionamento com indivíduos e instituições sociais, exerce uma «força de moldagem». «Esta é dominada pelo questionamento de como partes variadas da cultura e da sociedade (especialmente a política) se tornam orientadas a uma lógica de mídia» (Hepp, 2014: 48).

Do outro lado, a tradição socioconstrutivista esforça-se por compreender como as práticas quotidianas e o contexto sociocultural alteraram-se e com a presença dos *media*⁸. Nas palavras de Hepp (2014: 48, grifos originais), tal tradição seria uma volta ao pensamento sociológico clássico: «O ponto de partida da *tradição socioconstrutivista* é mais enraizado no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento, mas também integra algumas considerações fundamentais da teoria de mídia».

Hepp (2014: 49, grifos originais) aprofunda ainda mais a compreensão sobre essa tradição ao considerar que:

⁸ Aqui, vale pausa para uma sucinta reflexão interdisciplinar para explicarmos como vemos os estudos da mediatização. Primeiro em Ciências da Biologia, recordamos que a metamorfose é um processo na qual o ser orgânico altera-se, transforma-se, metamorfoseia-se a depender da interação com os diversos fatores externos no meio ambiente (Goethe, 1993). Agora, na mediatização, podemos comparar que ocorre processo análogo. Ora, com a presença dos *media*, em ambas as tradições, há o estabelecimento de novas «configurações comunicativas» como preconiza Hepp (2014). Poderíamos, pois, pensar que analisar tais configurações é buscar entender como ocorreram metamorfoses socioculturais aos indivíduos e instituições sociais provocadas com a presença e o advento de determinados *media*.

O intuito desse tipo de pesquisa é investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança. Em consideração aqui está não apenas a mídia de massa *clássica*, mas especialmente a assim chamada *nova* mídia da internet e da comunicação móvel.

Por isso, alinhamos nossa pesquisa com a segunda tradição, pois investigamos as Marchas Populares de Lisboa relacionarem-se com os *social media*. Pressupomos que tal relacionamento provoca mudanças das práticas quotidianas a partir da interação entre os indivíduos nesses «novos» meios de comunicação.

Assim, temos um início de caminho metodológico para tentar atingir às respostas da questão de investigação. Isto é, até agora, somente falamos nas sintonias teóricas com a metodologia e as justificativas de pesquisar em cada disciplina teórica. Porém, é preciso expor caminhos ainda mais claros sobre como essas linhas de estudo podem nos auxiliar a entender o mundo mediatizado das Marchas Populares de Lisboa.

A bússola e o compasso nesse caminho são compostos pela estratégia metodológica da Fotocartografia Sociocultural (Nobre, 2011). De forma sintética, ela tem em si as técnicas da fotografia e da cartografia. Desse encontro flutuam as técnicas de observação, ato fotográfico e atividade de entrevista. Isto é, nesse método incluem-se várias técnicas, as quais são fundamentais para auxiliar à pesquisa em questão. Por exemplo, com o auxílio deste método, podemos mapear simbolicamente as configurações comunicativas no atual momento, um panorama sobre as relações com os *media*.

Com aplicabilidade nas Ciências Sociais, na sua investigação sobre uma reserva de desenvolvimento sustentável, Nobre (2011) estabelece categorias, a partir da observação, para analisar as relações socioculturais dos grupos de indivíduos envolvidos com instituições de grande poder capital. Nas palavras de Nobre (2011: 59, grifo nosso) sobre tal método, encontramos a seguinte aplicabilidade científica de Fotocartografia Sociocultural:

Defendemos que essa estratégia metodológica oferece relevância à pesquisa qualitativa, [...] primeiramente por favorecer a partilha de ideias de diferentes campos do saber e por proporcionar uma visão mais abrangente do cotidiano sociocultural pelo uso de imagens [...]. Traduzindo-se nessa direção, como uma

tentativa do pesquisador para conhecer e revelar as relações socioculturais vividas pelos sujeitos da pesquisa, em seu território.

Adaptando aqui, trataremos de observar as configurações comunicativas estabelecidas a partir dos relacionamentos interdependentes no mundo mediatizado das Marchas Populares de Lisboa, no qual envolvem-se grupos de indivíduos e os *media*. Como, no estudo em questão, as interações das Marchas resultam em um mundo mediatizado com grande potencial visual, isto é, baseado em imagens, pensamos que o método escolhido é adequado a esta investigação.

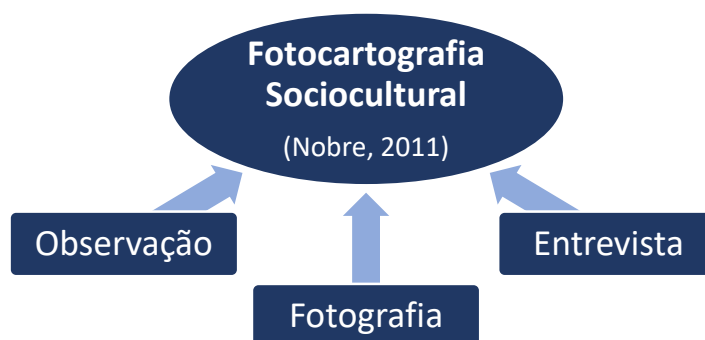
Podemos assim entender que «fotocartografar socioculturalmente» auxilia-nos a montar simbolicamente as relações sociais de indivíduos ou instituições em um determinado lugar a partir de objetivos predeterminados. Pois, «(...) a Fotocartografia Sociocultural possui relevância como estratégia metodológica por contribuir para o conhecimento de particularidades históricas e o entendimento de questões socioculturais do cotidiano» (Nobre, 2011: 248).

Lembramos ainda que nessa estratégia estão incluídas técnicas que consideramos importantes para tentar responder à questão proposta e atingir o objetivo de pesquisa. Infelizmente, não podemos apresentar como em detalhes de cada uma destas técnicas colabora em nosso estudo.

Assim, pelo lado do metaprocessos de mediatização entre as Marchas e os *media*, acreditamos que a Fotocartografia Sociocultural é uma possibilidade viável de os objetivos deste estudo. Ela colabora com o traçar de um mapa das configurações no momento atual como previa Hepp (2014), pois é um método composto por várias técnicas úteis para esta pesquisa.

Logo, de forma gráfica, o método da Fotocartografia Sociocultural (Nobre, 2011) colabora com as seguintes técnicas para esta investigação como vemos na figura 05:

Figura 010: Resumo visual das técnicas utilizadas no método da Fotocartografia Sociocultural (Nobre, 2011) em nossa pesquisa.



De maneira a resumir de forma escrita o dito na figura 05, apresentamos o quadro 02. Nele, estão presentes as técnicas e em que material elas se direcionam assim como os objetivos nesta pesquisa. Apresentamos ainda nossa tentativa de atualizar a estratégia ao novo contexto, no qual as novas tecnologias estão intensamente presentes nas práticas quotidianas dos indivíduos e instituições sociais.

Quadro 04: Quadro metodológico com a Fotocartografia Sociocultural adaptada a nosso estudo.

Quadro Metodológico			
	Técnicas	Corpo de Análise	Objetivos
Fotocartografia Sociocultural	Observação	Relacionamento quotidiano das comunidades das Marchas <i>Off</i> e <i>Online</i> com os <i>social media</i> (adaptação com a técnica da Netnografia ⁹).	Aproximar-se das atividades das Marchas Populares de Lisboa, buscando inserir-se em seu quotidiano, tomando as precauções e distanciamentos como investigador. Averiguar a utilização das ferramentas tecnológicas de comunicação e a produção derivada dela.
	Fotografia	Imagens realizadas por nós e imagens publicadas e produzidas pelos próprios marchantes nos grupos <i>online</i> .	Mapear as atividades <i>Off</i> e <i>On-line</i> das Marchas Populares em seu relacionamento com os <i>media</i> . Reproduzir a partir das categorias um mapa simbólico de tais interações.

⁹ Esta técnica não está incluída neste método, por isso, decidimos adicioná-la para complementar nossa investigação. É uma adaptação, visto que nosso principal objetivo é investigar o «mundo mediatizado» (Hepp, 2014) das Marchas Populares de Lisboa. É preciso dizer que a «netnografia» é uma ferramenta para analisar comunidades que se formam no meio virtual e não têm necessariamente uma base geográfica, não sendo o caso das Marchas. Além disso, como já explicamos, as Marchas Populares de Lisboa, ao utilizarem os *social media*, não podem ser classificadas como «comunidades virtuais». Aqui, chamamo-las, prudentemente, de grupos *online*. São, por isso, comunidades cujas práticas quotidianas são mediadas diante dessa interação com os *social media*, construindo-se um mundo mediatizado.

	Entrevista	Gestores e pequeno grupo de marchantes das Marchas mais ativas nos <i>social media</i> .	Entrevistar os grupos de marchantes mais ativos nos <i>social media</i> assim como, em separado, os gestores das páginas de suas respectivas Marchas
--	------------	--	--

Com esse método imergimos no campo de estudo para o encontro desse mundo mediatizado na perspectiva dos marchantes, buscando compreender como ele se apresenta empiricamente nesse universo simbólico.

Estratégia escolhida tem significativa utilidade no nosso estudo, pois não somos nativos do município de Lisboa e há a tentativa de uma descoberta de um mundo ao qual não estamos familiarizados. E até mesmo os lisboetas que não frequentam os bairros e as Marchas fora do período das festividades de junho talvez não estejam. Possivelmente, seu imaginário sobre essas comunidades seja mais ligado ao que é visto nos *media* televisivos, mas isso não nos cabe saber, pois não está relacionado aos nossos objetivos. Que sejamos claros com o que queremos dizer então: a partir dessa estratégia, laçamo-nos ao mundo mediatizado das Marchas Populares de Lisboa dos próprios sem preconceções, isto é, sem preconceitos.

Alguns direcionamentos

Como este artigo trata de um estudo ainda não finalizado e como não apresentamos aqui nenhuma análise do que já temos coletado, tentamos focar em apenas um pouco de nosso levantamento teórico e em nossa metodologia. Por isso, terminamos nosso artigo apresentando apenas alguns direcionamentos, os quais já temos visualizado.

Temos visto que, a partir das novas tecnologias e dos novos *media*, as Marchas Populares de Lisboa têm a possibilidade de expor como elas observam-se com o dominar daqueles meios de comunicação. Além disso, temos constatado a criação de grupos *online* nas redes sociais para estreitamento dos laços interpessoais, reforçando a comunicação dos participantes. Ademais, também há processos de diálogo com entidades públicas e privadas relacionadas direta e indiretamente com a promoção das festas populares, passando de um nível de apenas interno para uma comunicação também externa.

Se antes, eles eram tratados como grupos urbanos “folclóricos” (Souza, 2014), acreditamos que a visão não é a mesma quando os próprios comunicam. A partir dos

usos dos *media* e não mais como “usados” as Marchas podem se erguer e expor suas características sociais e culturais por elas mesmas. Assim, pensamos haver uma outra «configuração comunicativa» (Hepp, 2014), na qual a participação dos próprios é patente e não havendo apenas a sua subjugação à tal «lógica da mídia», moldando as atividades quotidianas em seu relacionamento com os *media*.

Não queremos afirmar que tal configuração, a qual expressa uma visão de dentro das Marchas e pelas Marchas venha rivalizar com a existente a longo tempo, na qual a visão dos outros sobre as Marchas é predominante. Vemos que essa outra configuração busca complementar o já traçado pelos outros.

Se essa intuição que nos tem perseguido, desde nossas observações preliminares, confirmar-se com as análises que temos desenvolvido, chamaremos tal configuração de «Entrelaçamento Mediático». Nessa, comunidades, as quais foram mediatizadas a longo prazo ou estudadas antropólogos ou pelas igrejas, tendo seus *ethos* construídos pelos outros, podem ter a possibilidade de realizar um resgate de si, mostrando que sobrevivem ao contexto atual e que as ferramentas de comunicação que dispõem são instrumentos para melhor comunicar.

Bibliografia de Referência

Abel, Marília. (2006). *As Marchas Populares: Pesquisa sobre as Origens*. Lisboa: Sete Caminhos.

Altheide, David L.; Snow, Robert P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.

Asp, Kent. (1990). Medialization, media logic and mediarchy. *Nordicom Review*, vol. 11, n. 2, p. 47-50.

Beltrão, Luiz. (1976) Comunicação popular e região no Brasil. In: Marques De Melo, José (org.) *Comunicação/ incomunicação*. São Paulo, Loyola.

Beltrão, Luiz. (1980). *Folkcomunicação: comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez.

Benjamin, Roberto Emerson. (2000). *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa: Editora UFPB.

Burrell, G. & Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. London: Heinemann.

Cascudo, Luis da Câmara. (2000) *Dicionário do folclore brasileiro*. 9 ed. São Paulo: Global, 2000.

Craig, Robert T. (1999). Communication theory as a field. In: _____. *Communication Theory*, 9, pp. 119-161.

Dayan, Daniel. (2010) Beyond media events: disenchantment, derailment, disruption. IN: Couldry, Nick; Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich. (orgs.) *Media Events in a Global Age*. New York: Routledge.

Durkheim, Émile. (2008). *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Editora: Paulus.

Goethe, Johann Wolfgang von. (1993). *A metamorfose das plantas*. (Trad. intro., notas e apêndices de Maria Filomena Molder). Lisboa, Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

Hjarvard, Stig. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. IN: *Nordicom Review*, vol. 29, n. 2, p. 105-134.

_____. (2012) *Midiatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. In *Matrizes*, 4(2), pp. 53-91.

_____. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.

Hepp, Andreas. (2014). As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*. V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil, p. 45-64.

_____. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of the “mediation of everything”. IN.: *European Journal of Communication*, vol.28, n. 6, p. 615-629, dez.

Hohlfeltd, Antonio. (2013). Novas Tendências nas Pesquisas da Folkcomunicação: Pesquisas Acadêmicas se Aproximam dos Estudos Culturais. In: Marques De Melo, José; Fernandes, Guilherme Moreira. *Metamorfose da Folkcomunicação: Antologia brasileira*. São Paulo: Editae Cultural, pp. 876-883.

Ilharco, Fernando (2002). *Information Technology as Ontology: A phenomenological investigation into information technology and strategy in-the-world*, London School of Economics. [versão digital]. Disponível on-line, consultado a 21 de janeiro de 2015, http://etheses.lse.ac.uk/299/1/Ilharco_Information%20technology%20as%20ontology.pdf

_____. (2003) *Filosofia da Informação*. Lisboa: UC Editora, pp. 46-56.

Lucena Filho, Severino Alves de. (2012). *Festa junina em Portugal: marcas culturais no contexto de folkmarketing*. João Pessoa: Editora da UFPB.

Lima, Maria Érica de Oliveira. (2010). *Mídia regional: indústria, mercado e cultura*. Natal, RN: EDUFRN.

Marques De Melo, José. (1975) *Comunicação Social: teoria e pesquisa*. 4ed. Editora Vozes: Petrópolis.

_____.(2006). *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus.

_____. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação*. São Paulo: Paulus.

Martín-Barbero, Jesús. (2002). América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, p. 39-68.

Nobre, Itamar de Morais. (2011). *Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão: a fotocartografia sociocultural como proposta metodológica*. Natal: EDUFRN.

Platão (1972). *A República*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Peruzzo, Cicilia M. K. (2002) Mídia local, uma mídia de proximidade. In: *Comunicação veredas: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*. Marília, SP: Unimar, n. 2. p. 65-89.

Santos, Boaventura de Sousa. (2004) *Um Discurso sobre as Ciências*. 2. ed. São Paulo: Cortez.

_____.(2006). *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. São Paulo: Cortez Editora.

_____. (2009). *Una Epistemología del Sur*. La reinención del conocimiento y la emancipación social. México: Siglo XXI Editores, CLACSO.

Schwandt, Thomas A. (2000). Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretivism, Hermeneutics and Social Constructivism. In: Denzin, Norman K.; Lincoln, Yvonna S. (org.). *The Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, pp. 189-213.

Souza, Élmano Ricarte de Azevêdo. (2014) *As marcas culturais das festas populares no fotojornalismo dos periódicos Correio da Manhã (Lisboa-Portugal) e Tribuna do Norte (Natal/RN-Brasil)*. Tese de mestrado, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

9 - MIGRAÇÕES, REDES E VOLUNTARIADO

REDES SOCIAIS DE EMPREGADAS DOMÉSTICAS E SUA IMPORTÂNCIA NA MIGRAÇÃO FEMININA

GUÉLMER JÚNIOR ALMEIDA DE FARIA

Doutorando em Desenvolvimento Social pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social (PPGDS) da Universidade Estadual de Montes Claros- Minas Gerais- Brasil. Doutorando visitante no CES/Universidade de Coimbra. Bolsista CAPES

guelmerjrf@yahoo.com.br

MARIA DA LUZ ALVES FERREIRA

Doutora em Ciências Humanas (UFMG), Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social (PPGDS) da Universidade Estadual de Montes Claros- Minas Gerais- Brasil

mdaluz@oi.com.br

ANDREA MARIA NARCISO ROCHA DE PAULA

Doutora em Geografia (UFU), Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social (PPGDS), da Universidade Estadual de Montes Claros- Minas Gerais- Brasil

andreapirapora@yahoo.com.br

SÍLVIA PORTUGAL

Doutora em Sociologia pela Universidade de Coimbra. Professora Auxiliar da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (FEUC). E-mail: sp@fe.uc.pt

RESUMO

O artigo procura evidenciar a importância das redes sociais na vida de empregadas domésticas migrantes oriundas de comunidades rurais na procura por trabalho. Identificam-se as motivações individuais, as relações familiares, a origem social e cultural, as interações dentro e fora do grupo social, as referências de status associadas à profissão, condição de migrantes, o ambiente urbano presente e o passado, num marco de relações sociais de gênero, que designam um lugar social à trabalhadora doméstica migrante, e se apresentam como elementos que concorrem para a produção do espaço das migrantes. A demanda por empregadas domésticas (fixas ou não) nas cidades é fato recorrente. Percebe-se que a primeira mulher que migra inaugura a entrada de outras mulheres neste nicho de mercado de trabalho. A partir da demanda das “amigas da patroa” passa-se a recrutar e a alocar mulheres de suas comunidades rurais. Assim, o ciclo das redes de relações sociais para o trabalho doméstico se efetiva e se mantém. As redes de apoio no local de destino são responsáveis pela criação das condições necessárias para garantir a inserção das mulheres migrantes no trabalho doméstico. Diante de tais evidências, este estudo pretende responder às seguintes questões: Qual a importância das redes sociais nos processos migratórios? Que recursos e elementos mobilizam? Que normas ditam a interação em rede?

Palavras-chaves: Migrações Rurais-Urbanas, Mulheres, Teoria das Redes Sociais, Trabalho Doméstico.

ABSTRACT

The article seeks to highlight the importance of social networks in the lives of migrant domestic workers from rural communities in search of work. Individual motivations, family relationships, social and cultural background, interactions within and outside the social group, status references associated with the profession, migrant status, the present and past urban environment are identified within a framework of relationships Gender, which designates a social place for the migrant domestic worker, and present themselves as elements that contribute to the production of migrants' space. The demand for domestic maids (fixed or not) in the cities is recurrent fact. It is noticed that the first woman who migrates inaugurates the entrance of other women in this niche of labor market. Starting from the demand of "mistress of the mistress" it begins to recruit and to allocate women of its rural communities. Thus, the cycle of networks of social relations for domestic work is effective and sustained. The support networks at the place of destination are responsible for creating the necessary conditions to ensure the insertion of migrant women into domestic work. Faced with such evidence, this study intends to answer the following questions: What is the importance of social networks in migratory processes? What resources and elements do they mobilize? What rules dictate network interaction?

Keywords: Urban-Rural Migration, Women, Social Network Theory, Housework.

6 INTRODUÇÃO

O recrutamento de empregadas domésticas é uma questão que merece atenção na sociologia do trabalho e na sociologia das migrações. O trabalho doméstico constitui fonte empregadora da maioria das mulheres migrantes. A migração campo-cidade no Brasil constitui uma das formas principais de provisão do trabalho doméstico. E internacionalmente as migrações para as tarefas do *care* (cuidado) é o argumento central para pensar a migração de mulheres (BRITES, 2013).

Percebe-se que a primeira mulher que migra inaugura a entrada de outras mulheres neste nicho de mercado de trabalho (HELLERMANN, 2005). A partir, da demanda das “amigas da patroa” passa-se a recrutar e alocar mulheres de suas comunidades rurais. E assim, o ciclo das redes de relações sociais para o trabalho doméstico se efetiva e se mantém.

O acesso ao trabalho doméstico embora, aparentemente, pela sua desvalorização, seja entendido como de fácil acesso, não o é. As implicações das relações íntimas do trabalho doméstico por ser exercido em âmbito domiciliar o caracteriza por ser complexo e acaba por adquirir contornos para além do mercado habitual de trabalho. Sua diferença passa por componentes tais como: indicação, confiança, solidariedade, ajuda mútua, que colabora para complexificar o problema da oferta de lugares no mercado de trabalho.

Para Granovetter (1973), conhecer pessoas é o que constitui a rede, as formas de relação social são concretas e permeadas de atitudes recíprocas culminando em coesão social. Para ele, a “força dos laços fracos” é que condiciona maior mobilidade no emprego. Já que as pessoas mais próximas estão ligadas por “laços fortes”, dificultando a busca e indicação de trabalho. Portanto, em uma rede de empregadas domésticas, a mobilidade e a rotatividade no emprego ocorre por meio das empregadas que são “conhecidas de conhecidas” ou “amigos de amigos”. Obviamente, nessas constatações há aspecto positivos e negativos.

Para Marques (2009), uma grande parte das condições de vida na cidade envolve trocas mercantis, o que tem como consequência óbvia que indivíduos de menor renda (e pior inseridos no mercado de trabalho) encontrem maiores dificuldades em obter e manter boas condições sociais. As demais trocas que envolvem ajudas, entretanto, podem melhorar as condições de vida e solucionar problemas cotidianos de indivíduos com

baixíssimo acesso à renda, que não dispõem de recursos econômicos para comprar bens e serviços via mercado.

Neste artigo pretende-se sublinhar a importância de analisar as redes sociais na vida de empregadas domésticas migrantes oriundas de comunidades rurais na procura

por trabalho, para tentar entender como o processo se desenvolve e como se dá a formação das redes, dado que, na visão de Pinho (2015, p. 83), “na ausência de programas governamentais de recrutamento de mão de obra, e num contexto favorável de oportunidades de trabalho no destino, é plausível que exista uma articulação forte entre o processo de recrutamento de trabalhadores para fluxos migratórios e as redes sociais dos migrantes e potenciais migrantes, com o capital social que mobilizam”.

Para atingir o objetivo proposto, procede-se, na primeira seção, a uma revisão de literatura sobre redes sociais e migração, contribuindo para um maior entendimento e diálogo entre as redes de empregadas domésticas migrantes. Na segunda seção propõe-se construir um modelo operacional para analisar essa rede, quais os fluxos mobilizados e as normas de interação. Por fim, articula-se algumas das contribuições, para explicar como as redes sociais podem ser importantes para a migração feminina, em especial, as empregadas domésticas migrantes em contexto de escassez de mão-de-obra e de ausência de recrutamento.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Redes sociais e migração

Na literatura sobre os novos paradigmas interpretativos das migrações contemporâneas, as redes sociais, tem ocupado importante debate.

Nesse sentido, identifica-se que as motivações individuais, as relações familiares, a origem social e cultural, as interações dentro e fora do grupo social, as referências de status associadas à profissão, condição de migrantes, o ambiente urbano presente e o passado, num marco de relações sociais de gênero, designam um lugar social à trabalhadora doméstica migrante, e se apresentam como elementos que concorrem para a produção do espaço das migrantes.

De acordo com Pinho (2015, p. 83), “estas redes sociais podem ser entendidas como equivalentes funcionais de outro tipo de recrutamento, numa perspectiva relacional do

estudo das migrações. O recrutamento pode ser explicado com a perspectiva da análise de redes sociais. ”

Martes citado por Truzzi (2008, p. 207) afirma que “é por meio das redes que são veiculadas informações e opiniões que condicionam a favor da emigração [...]. As redes sociais, geralmente de parentesco, amizade ou mesmo religiosas, são fundamentais para explicar como os brasileiros chegam aos Estados Unidos, sobretudo porque elas ajudam a reduzir o custo psicológico e econômico da emigração”.

Piselli (1998) complementa, ao dizer que as redes sublinham a complexidade e o entrelaçamento das esferas informais e formais da economia, a importância das variáveis sociais através das quais se desencadeia o processo econômico, e ainda as interrelações entre as unidades de produção, instituições, território e grupos étnicos. Defrontamo-nos assim, com espaços múltiplos de trocas que são definidoras de situações de igualdade, de amizade e de “circuitos de confiança”.

Em relação as redes interpessoais, Massey citado por Soares (2003, p. 240), nos diz que, as “redes sociais mais importantes fundam-se em relações de parentesco, de amizade, de trabalho e na origem comum. Essas relações não são criadas pelo processo migratório, mas são adaptadas por ele e, no decorrer do tempo, são reforçadas pela experiência comum da migração. Assim, a migração pode ser entendida como processo social, organizado por meio de redes forjadas por conexões interpessoais diárias, que caracterizam todos os grupos humanos”.

No entanto, quando se analisa através do gênero, Hagan (1998) demonstra que a variação na estrutura das redes sociais influencia diferentemente a adaptação de homens e mulheres. Enquanto os homens se inserem em uma rede de controle da organização social do processo de trabalho, as mulheres submetem-se essencialmente no trabalho doméstico e em geral moram no emprego. Assim, as redes sociais das mulheres giram em torno de redes fechadas, ou encapsuladas. E essa situação acaba por influenciar a busca e indicação de trabalho, bem como dificultar a mobilidade do trabalho, subjugando assim as empregadas domésticas migrantes em um eterno refúgio que é o trabalho doméstico.

Em um estudo sobre mulheres migrantes Somalianas em Nápoles, Decimo (1998) identifica as suas redes encapsuladas - uma maneira encapsulada de viver na cidade, que diz respeito às mulheres somalianas, ligadas por várias formas de reciprocidade, o que

lhes permite satisfazer muitas das suas necessidades. A rede de relacionamentos é caracterizada por laços fortes e múltiplos que restringem cada indivíduo a um intercâmbio constante de dinheiro, serviços, informações e apoio moral.

Os protagonistas deste sistema de relações não veem a imigração como uma ruptura com o seu mundo de origem.

Nos estudos sobre mulheres migrantes na Europa do Leste, Hellerman (2005) apontou que as empregadas domésticas e, em particular, as empregadas domésticas internas (aquelas que dormem no domicílio, seis dias ou seis dias e meio), têm possibilidades muito limitadas para se encontrarem com outras pessoas, para obter apoio, para criar redes sociais próprias, etc.

Logo, quando se analisa do ponto de vista da sujeição a que estão submetidas estas mulheres estão muito sós e, por esta razão, encontram-se numa situação extremamente vulnerável. Como seu dia de folga é, normalmente, o domingo, a igreja torna-se num elemento social com grande importância no seu trajeto migratório. A missa aos domingos e, sobretudo, os encontros informais que ocorrem depois, na rua, oferecem uma possibilidade regular para ver outros imigrantes e para estabelecer, pelo menos, alguma forma de interação social. (HELLERMANN, 2005).

Neste cenário, Decimo (1998) aponta em seus estudos com imigrantes somalianas em Nápoles, que para resolver as dificuldades materiais e morais que afligem a vida cotidiana, as mulheres construíram uma complexa rede de solidariedade que as sustenta em dificuldades. Esses cruzamentos permitem a comunicação e o intercâmbio onde um vazio social e econômico existiria.

Quanto ao mercado de trabalho doméstico, Girard-Nunes e Silva (2013) apontam que alguns mercados funcionam através das relações de confiança e da articulação em redes. Como evidenciado no trabalho das empregadas domésticas migrantes.

Granovetter (2007, p. 11) argumenta que o papel das relações pessoais e concretas e as estruturas das redes tem por base as relações na origem na confiança e no desencorajamento da má-fé. Patroas e empregadas domésticas vivem uma relação de ambivalência, tanto as assimetrias de gênero quanto nas relações de confiança para indicação de novas empregadas e nas relações de trabalho.

Na prática, Granovetter (2007, p. 11), nos indaga dizendo que recorreremos a essas informações generalizadas quando nada melhor está disponível, mas normalmente

buscamos melhores informações. Melhor que a afirmação de que alguém é conhecido pela sua honestidade é a informação de um informante confiável que já lidou com esse indivíduo e o considerou honesto. Ainda melhor é a informação das próprias transações que foram feitas com essa pessoa no passado. Esta última informação é melhor por quatro razões:

(1) é barata; (2) uma pessoa confia mais na informação que colheu pessoalmente – ela é mais rica, mais detalhada, e sabe-se que é precisa; (3) os indivíduos com os quais se tem uma relação duradoura têm uma motivação econômica para ser dignos de confiança, para não desencorajar transações futuras; e (4) diferentemente de motivos puramente econômicos, as relações econômicas contínuas tendem a revestir-se de conteúdo social carregado de grandes expectativas de confiança e abstenção de oportunismo. (GRANOVETTER, 2007, P. 11).

E, de fato, verificamos que é na relação entre as empregadas, entre estas e os empregadores e, em menor grau, dos empregadores entre si, que se constroem as relações de confiança no mercado de serviços domésticos. (GIRARD-NUNES e SILVA, 2013).

2.2 “*Elas movem as redes e as redes as movem!* ”: notas para uma construção de um modelo analítico

Para uma construção metodológica de uma rede social de empregadas domésticas é necessário que as características peculiares dessa profissão sejam esclarecidas. Na visão de Catarino e Oso (2000), o trabalho doméstico nas grandes cidades tem se nutrido tradicionalmente, em diversos contextos geográficos e temporários, de mulheres jovens provenientes do meio rural. Os estudos que têm abordado a migração feminina e o emprego doméstico têm se centrado nos movimentos internos e no papel do emprego doméstico como prática distinta para as classes que podem pagar por ele. Uns na visão da doméstica tradicional que convive com os empregadores, mantendo as relações de trabalho, paternalistas e outros, no isolamento social, nas duras e pesadas condições de trabalho e vida.

Logo, esses sujeitos sociais, para Lima e Conserva (2006), inserem-se em estruturas de redes que resultam de sua posição na estrutura social e de uma cultura decorrente dessa posição que se manifesta na experiência cotidiana. Embora com condicionantes sociais decorrentes da estrutura social, a ação individual não se restringe a esses

condicionantes, existindo certa liberdade na escolha de estratégias de ação permitindo mobilidades dentro da estrutura. O formato da rede social e/ou a participação em diversas redes favorece o acesso a recursos diferenciados, o que explica que indivíduos da mesma origem social construam trajetórias sociais distintas.

O conceito de rede social pode ser definido como: “um conjunto de unidades sociais e de relações, diretas ou indiretas, entre essas unidades sociais, através de cadeias de dimensão variável” (MERCKLÉ, 2004, p. 4).

“As unidades sociais representam indivíduos ou grupos de indivíduos, tais como associações, empresas, países” (PORTUGAL, 2006, p. 139). Se configuram como “*nós*”, que são elementos da dinâmica da interação entre os atores.

A operacionalização das redes sociais pode ser representada por três elementos fundantes para delimitar analiticamente o objeto que são os três questionamentos: **Quem? O quê? Como?** – Quem faz parte das redes? Quais os conteúdos dos fluxos das redes? Quais normas que regulam a sua ação? (Portugal, 2006). A tríade reverbera as relações entre os demais atores dentro do arranjo social da rede. Portanto, a análise de rede social será pautada em um terceiro elemento intermediário que dará suporte para a junção em rede - os *laços*, “que são as relações entre os *nós* da rede, podendo ter características diferentes” (Portugal, 2006, p. 141). As relações entre os atores, segundo Soares (2004, p. 109) “apresentam forma e conteúdo. O conteúdo é dado pela natureza dos laços (parentesco, amizade, poder, troca de bens simbólicos ou materiais, afetiva etc.) ”. Como Portugal (2006) evidenciou os laços podem ser distinguidos por: positivos e negativos (Lemieux, 1999), fortes e fracos (Granovetter, 1973, 1982), passivos e ativos (Milardo, 1988). No quadro 1 abaixo sistematiza-se essas distinções.

7 **Quadro 1. Síntese das propriedades dos laços**

Laços	Propriedades dos laços	Teórico
Fortes Fracos	Intensidade (emocional, intimidade), duração da rede, serviços recíprocos, multiplexidade (pluralidade de conteúdos).	Granovetter (1973, 1982) Degenne e Forsé (1994).
Positivos	Identificação	Simmel (1955) Lemieux (1999)
Negativos	Diferenciação	
Mistos	Apresentam identificação e diferenciação	
Neutros	Sem nenhuma das propriedades	
Indiferença	Indiferentes à essas propriedades	
Ativos	Interação face a face (frequência-rotineira)	Milardo (1988)
Passivos	Interação regular (“pode-se contar”)	

Fonte: Adaptado de Portugal (2006).

Para Lima e Conserva (2006, p. 82), “nas comunidades de imigrantes, essas redes funcionariam como integração dos recém-chegados ao novo país e monopolizam, em alguns países ou cidades, determinadas atividades econômicas. Nessas situações, laços fortes e fracos compõem a estrutura da rede com predominância, em grande medida, dos primeiros.”

Para as redes pessoais de mulheres empregadas domésticas migrantes e como os atributos e relações são representados, mobilizados e negociados nas situações de procura ou indicação de trabalho, uma vez que suas redes tendem a ser encapsuladas (fechadas). O que na visão de Requena citado por Lima e Conserva (2006) pode levar a “imobilidade ocupacional” dificultando a mobilidade vertical e consagrando a horizontalidade nas ocupações que requerem pouca qualificação e têm baixa remuneração.

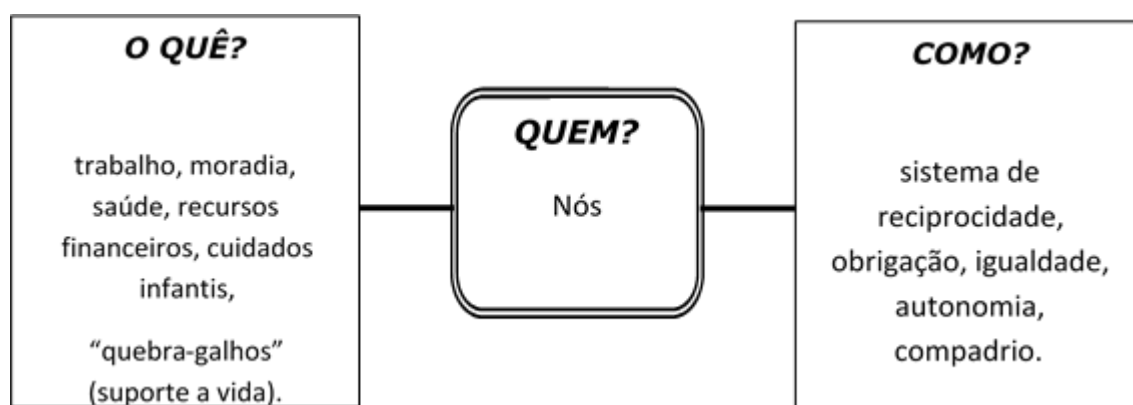
A forma da relação compreende dois aspectos básicos, de acordo com Knoke e Kuklinski citado por Soares (2004, p. 109) “podem ser: (a) a intensidade ou a força do laço entre dois atores e (b) a frequência e o grau de reciprocidade com que esse laço se manifesta. Logo, conceitualmente, duas relações de conteúdo distinto podem apresentar formas idênticas”.

Em relação a “*Quem?* ” faz parte da rede, é preciso caracterizar a morfologia das redes que se propõe a desvendar, para Catarina e Oso (2000), a maioria das mulheres são jovens provenientes do meio rural, que se empregam como domésticas internas nas casa de famílias de classe média, onde têm assegurado o alojamento e manutenção nas cidades. Isso não anula o suporte por integração em uma rede social. Segundo Lima e Conserva (2006), o acesso ao emprego tem nas redes sociais um instrumento privilegiado relacionando instituições primárias como a família, parentes, amigos, vizinhos, colegas, etc., e o mercado de trabalho em seus diversos níveis.

Quanto as normas, Martins (2010) assevera que a colonização da teoria individualista e do cálculo racional nas ciências sociais, reforça a desumanização das práticas sociais e obscurece a possibilidade das redes sociais de traduzir os vínculos de solidariedade e dádiva que mobilizam os sujeitos e grupos no cotidiano. Onde o que circula nas interações sociais é a manutenção dos vínculos, do reconhecimento mútuo e das transformações coletivas auferida pela expressividade do sistema de reciprocidade, obrigação, igualdade, autonomia e compadrio das relações.

A figura 1 abaixo, procura sintetizar o modelo operacional das redes sociais de empregadas domésticas migrantes com base na revisão de literatura.

Figura 1. Modelo operacional das redes sociais de empregadas domésticas migrantes



As empregadas domésticas migrantes mobilizam-se em torno da reciprocidade e da troca de informação pela busca ou indicação por trabalho baseadas na confiança e no reconhecimento mútuo. Logo, esses requisitos são pautados em laços sociais e em

recursos sócio-humanos, preconizados pelo capital social à maneira de autores como:

Bourdieu, Coleman, Putnam e Lin. No caso das empregadas domésticas migrantes, o capital social *bonding*, alinha-se mais com a mudança e de acordo com Putnam (2000), refere-se às relações entre grupos relativamente homogêneos e é similar à noção de laços fortes com intenso sentimento de comunidade, confiança mútua e pertença.

Bourdieu (1998) afirma que o capital social é um conjunto de relações que o indivíduo ou grupo dispõe. A forma como os sujeitos sociais o utilizam visa posicioná-los nos espaços sociais em que estão inseridos. Em Putnam (2001) vamos encontrar o seguinte esclarecimento sobre o capital social: ele diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade.

Quando se pensa em termos de recursos ao mercado, um autor que caracterizou o capital social em termos de perdas e ganhos foi Nan Lin, que define o capital social como “investimento nas relações sociais com proveitos esperados de mercado” (LIN, 2001, p. 19). Para ele, essa teoria se interessa pelo jogo das ações individuais e das posições sociais no processo de capitalização.

Nessa modelização do capital social em relação aos proveitos esperados, Lin aponta que a posição na estrutura social em que os indivíduos estão inseridos influencia mais do que a sua própria posição dentro de uma rede de relações sociais. Lin (2001, p.

75) postula seis teses, a seguir:

1. Quanto melhor a posição de um indivíduo na estrutura social, maiores serão suas chances de ter acesso e de poder utilizar-se do capital social eficaz.
2. Quanto mais forte o elo à rede, mais oportunidades há de que o capital social correspondente afete positivamente o sucesso da ação considerada.
3. Quanto mais fraco o elo, melhor é o capital social ao qual ele dá acesso.
4. Quanto mais os indivíduos estiverem próximos de pontes – entendidas como o elo que liga diferentes meios sociais –, em uma rede, melhor será seu capital social.
5. O poder de uma posição (em termos de sua proximidade a uma ponte) depende do diferencial de nível, dentro da estrutura social, entre as extremidades dessa ponte.
6. Os efeitos do capital social são limitados às extremidades da hierarquia social (o topo e a base).

A questão que se coloca nesta pesquisa é “*o que é que minha rede de relações pode fazer por mim?*” Será respondida com base no acesso e uso dos recursos e aposição estratégica, que segundo Portugal (2006) pode ser verificada pela desigualdade, capitalização e efeitos do modelo proposto por Lin (2001).

Em relação a esta pesquisa importa, ainda, um outro tipo de capital que Busse et. al. (2014) designam de capital migratório, acionado principalmente pelas empregadas domésticas migrantes, consideradas “catalisadoras das relações”. Como a capacidade de mobilizar e gerir os recursos necessários. E neste sentido, são constituídos dois tipos de componentes distintos: um dos componentes é o conjunto de recursos diretamente associados com a participação em uma rede social, tipo família, amigos, conhecidos, compatriotas, etc., ex-migrantes (tais como recursos, informações da cidade, do bairro, da rua, etc). O outro componente é o conjunto de recursos associados com a sabedoria para agir no contexto migratório, algo como um “*know-how*”¹ da migração. Assim, esse componente pode ser dividido em dois tipos de conhecimento: o adquirido antes de iniciar a migração e o conhecimento adquirido após a migração. O que torna cíclico o processo em rede. (BUSSE, IZAGUIRRE e VASQUEZ, 2014).

Portanto, os atributos, relações e as trajetórias dessas empregadas domésticas migrantes internas vai depender das diferenças e características pessoais com as quais construíram e mantiveram seus vínculos, como cada uma delas mobilizou sua rede de relações e outras variáveis de acordo com ciclo de vida e das suas trajetórias na busca por trabalho.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que as redes sociais da migração constituem aspecto relevante para os estudos das relações dos indivíduos e não basicamente dos atributos de cada um deles, esse estudo privilegia as unidades sociais, no caso, as empregadas domésticas migrantes, propondo operacionalizar suas redes de relações. Como assinala Truzzi (2008, p. 214), “o conceito de redes concebe a sociedade como um conjunto de relações, e introduz uma dimensão da estrutura social entendida como estrutura de relações, o que é bastante diferente de imaginá-la como estruturada segundo categorias agregativas”.

¹ O termo significa transmitir algum conhecimento vivido na prática. Algumas mulheres migrantes que trabalharam como domésticas, retornam a sua comunidade, casam e repassam informações que se traduzem em confiança e reciprocidade.

As redes de mulheres empregadas domésticas migrantes tem caráter correspondente, pois, ao mesmo tempo que a rede funciona como uma inserção no trabalho e na própria comunidade de destino, tem caráter fechado, encapsulado que obscurece a novas relações sociais com sujeitos exterior a essa rede. Configurando em um refúgio que anula novas sociabilidades, promoção de novos empregos, mobilidade, para além dos abusos, violações, violências, discriminação há que estão submetidas.

Nos estudos de Decimo (1998) o que se verifica é que essas redes fechadas, definem uma *guetização* dos empregos femininos considerados desqualificados e com baixos níveis de escolaridade. Acrescente-se a isso, a informalidade e a desproteção social a que estão submetidas ainda; mesmo no Brasil havendo políticas públicas para regularização do trabalho doméstico².

No entanto, a importância das redes sociais no processo migratório de mulheres denota pela literatura pesquisada, auxílio na decisão de migrar, indicação de trabalho, ajuda para alojamento. Assim, as redes promovem a inserção no mercado laboral, a adaptação na sociedade e manutenção dos laços familiares e culturais com a região de destino, diminuindo o desgaste psicológico com a desintegração familiar e saída do local de origem.

Portanto, importa que o modelo analítico dessas redes se faça valer de uma metodologia em que em um primeiro momento se realizem entrevistas em profundidade para “gerar nomes” e, em seguida, para uma identificação das relações e dos seus conteúdos. Sendo possíveis três tipos de abordagens, segundo Portugal (2006): abordagem estrutural (testes sociométricos), selecção de um informante privilegiado (reconstituir as relações entre os membros) e abordagem egocentrada (construção da rede do indivíduo). Neste estudo, opta-se pela abordagem egocentrada pois trata-se de um grupo de empregadas domésticas migrantes que conhecem e interagem, além de proporcionar observar a perspectiva dos indivíduos no centro da questão.

Por fim, em relação às normas imbricadas nessas redes no caso das empregadas domésticas migrantes, pretende-se testar se o capital social *bonding*, oferece maior subsídio para entender grupos relativamente homogêneos (mulheres empregadas domésticas) com laços fortes (parentesco) e com normas de sentimento de comunidade, confiança mútua e pertença (migrantes).

² Lei Complementar nº 150, de 1º de junho de 2015, também conhecida como a “PEC das Domésticas”.

Para maior esclarecimento sobre as redes de empregadas domésticas migrantes, faz-se necessário estudos empíricos que conectam com a literatura apresentada para ampliar as generalizações. Assim, na sequência deste artigo, desenvolver-se-á uma investigação em que se pretende analisar a configuração, a formação e o conteúdo das redes sociais de empregadas domésticas migrantes.

REFERÊNCIAS:

BOURDIEU, P., 1998. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

BUSSE, E.; IZAGUIRRE, L.; VASQUEZ, T., 2014. *Entre legalidad e ilegalidad: migrantes haitianos em trânsito por Perú con destino a Brasil*. CONGRESSO EM DESENVOLVIMENTO SOCIAL, 4., 2014, Montes Claros-MG. Anais. Montes Claros-MG: Unimontes.

BRITES, Jurema. 2013. Trabalho doméstico: questões, leituras e políticas. *Cadernos de Pesquisa*, v.43, n.149, mai-ago/2013, p.422-451.

CATARINO, C.; OSO, L. 2000. La inmigración femenina em Madrid y Lisboa: hacia una etnización del servicio doméstico y de las empresas de limpeza. *Papers*, 60, pp. 183-207.

DECIMO, F. Living the city the urban integration of Somali women in Naples. In: *Shifiting bonds, shifting bounds women, mobility and citizenship in Europe*. FERREIRA, V.; TAVARES, T.; PORTUGAL, S. (Orgs.). Oeiras, Celta Editora, 1998.

GIRARD-NUNES, C.; SILVA, P. H. I., 2013. Entre o prescrito e o real: o papel da subjetividade na efetivação dos direitos das empregadas domésticas no Brasil. *Revista Sociedade e Estado*, v. 28, n. 3, setembro/dezembro.

GRANOVETTER, M., 1973. The strength of weak ties. *American journal of sociology*, v. 78, n. 6, pp. 1360 – 1380.

GRANOVETTER, M. 2007. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE-eletrônica*, v. 6, n. 1, Art. 9, jan./jun. 2007, pp. 1-41.

Hagan, Jacqueline. 1998. "Social Networks, Gender and Immigrant Incorporation: Resources and Constraints." *American Sociological Review*, Vol. 63, Nº 1, pp. 55- 67.

HELLERMANN, C., 2016. *Uma relação difícil? Mulheres imigrantes da Europa de Leste e redes sociais*. Actas dos ateliers do Vº Congresso Português de Sociologia, 2004. Disponível em: <http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR4628e0fa38281_1.pdf> Acesso em 5 de janeiro de 2016.

LIMA, J. C.; CONSERVA, M. S. 2006. Redes sociais e mercado de trabalho: entre o formal e o informal. *Política & Trabalho Revista de Ciências Sociais*, no. 24, abril de 2006, pp. 73-98.

LIN, N. 2001. *Social capital: a theory of social structure and action*. Cambridge, Cambridge University Press, 2001, 292 pp.

MARTINS, P. H. 2010. Redes sociais como novo marco interpretativo das mobilizações coletivas contemporâneas. *CADERNOS CRH*, vol.23, no.59, Salvador May/Aug. 2010, pp. 401-418.

MARQUES, E. C. L. As redes sociais importam para a pobreza urbana? *Dados*, 2009, vol.52, n.2, pp.471-505.

MERCKLÉ, P., 2004. *Sociologie des ´resaux sociaux*. Paris: La Decouverte.

PINHO, F., 2015. Redes sociais no recrutamento de imigrantes: fundamentos teóricos de uma proposta de explicação. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Vol. XXIX, pp. 81-103.

PISELLI, F., 1998. Mulheres migrantes: uma abordagem a partir da teoria das redes. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 50, fev.

PORTUGAL, S., 2006. *Novas famílias, modos antigos. As redes sociais na produção do bem-estar*. Tese de Doutorado em Sociologia, Coimbra: FEUC.

PUTNAM, R. *Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2001.

SOARES, W., 2003. A emigração valadarense à luz dos fundamentos teóricos da análise de redes sociais. In: *Fronteiras Cruzadas: etnicidade, gênero e redes sociais*. MARTES, A. C. B.; FLEISCHER, S. R. (Org.). São Paulo: Paz e Terra.

SOARES, W., 2004. Análise de redes sociais e os fundamentos teóricos da migração internacional. *Revista Brasileira Estudos Populacionais*, Campinas, v. 21, n. 1, pp. 101-116, jan./jun.

TRUZZI, O., 2008. Redes em processos migratórios. *Revista Tempo Social*, v. 20, n. 1, pp. 199-218.

CRIAÇÃO DE REDES DE SOLIDARIEDADE E DE CONVÍVIO COM OS ESTUDANTES PROVENIENTES DE OUTRAS CULTURAS

HÉLIA BRACONS

Licenciada, Mestre e Doutora em Serviço Social. Professora Auxiliar no Instituto de Serviço Social da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa.

Desenvolve investigação na área da interculturalidade e da competência cultural.

Instituto de Serviço Social. ULHT, Lisboa. Portugal

helia.bracons@gmail.com

Resumo

O curso de Serviço Social forma profissionais que, no geral, no âmbito da sua atividade, vão interagir com pessoas de diferentes origens: diferentes culturas, hábitos, costumes, tradições, valores e religiões. É essencial conhecer e compreender os hábitos, costumes, valores, formas de estar e de sentir das pessoas de diferentes origens, para compreender e melhor respeitar e, através do convívio e do diálogo intercultural é possível desenvolver um novo *olhar* sobre a diversidade cultural. A inserção curricular dos temas da diversidade cultural na formação dos estudantes é essencial e para a mudança de mentalidades e concepções que se tem acerca dos *Outros*, culturalmente diferentes.

O trabalho que aqui apresentamos consiste num estudo de caso realizado numa Universidade privada, em Lisboa, e incide sobre a temática “Criação de redes de solidariedade e de convívio com os estudantes provenientes de outras culturas”. Tem como objetivo dar a conhecer como a inserção de uma unidade curricular, no curso de Serviço Social, “Intervenção na área da diversidade e interculturalidade”, em contexto de sala de aula, contribui para a formação em conteúdos específicos sobre a diversidade cultural, oferecendo aos estudantes instrumentos para reflexão e sensibilização nestes temas através de práticas construtivas e reflexivas que proporcionem uma educação intercultural e inclusiva, respeitando os direitos e valores de cada pessoa e também proporciona a criação de redes de solidariedade e de convívio entre os estudantes.

Palavras-chave: Educação intercultural, redes, convívio e relações interculturais.

Abstract

The course of Social Service professionals, in general form, in the scope of your activity, will interact with people of different backgrounds: different cultures, habits, customs, traditions, values and religions. It is essential to know and understand the habits, customs, values, ways of being and feeling of people from different backgrounds, to understand and better respect and, through the coexistence and intercultural dialogue it is possible to develop a new perspective on cultural diversity. The curricular themes insertion of cultural diversity in the training of students is essential and for the change of mentalities and conceptions that have about the Other, culturally different.

The work we present here is a case study in a private University in Lisbon, and focuses on the theme "creation of networks of solidarity and conviviality with students from other cultures". Aims to make known as inserting a curriculum unit, in the course of Social Service, "intervention in the area of diversity and interculturality", in context of the classroom, contributes to specific content training on cultural diversity, providing students with tools for reflection and awareness of these issues through constructive and reflective practices that provide intercultural and inclusive education While respecting the rights and values of each person and also provides the creation of networks of solidarity and conviviality among the students.

Keywords : intercultural education, networking, and intercultural relations.

Introdução

O curso de Serviço Social forma profissionais que, no geral, no âmbito da sua atividade, vão interagir com pessoas de diferentes origens: diferentes culturas, hábitos, costumes, tradições, valores e religiões.

A inserção curricular dos temas da diversidade cultural na formação dos estudantes é essencial e para a mudança de mentalidades e concepções que se tem acerca dos Outros, culturalmente diferentes.

O trabalho que aqui apresentamos consiste num estudo de caso realizado numa Universidade privada, em Lisboa, e incide sobre a temática “Diversidade em contexto de sala de aula”. Tem como objetivo dar a conhecer como a inserção de uma unidade curricular, no curso de Serviço Social, “Intervenção na área da diversidade e interculturalidade”, em contexto de sala de aula, contribui para a formação em conteúdos específicos sobre a diversidade cultural e a interculturalidade, oferecendo aos estudantes instrumentos para reflexão e sensibilização nestes temas através de práticas construtivas e reflexivas que proporcionem uma educação intercultural e inclusiva, respeitando os direitos e valores de cada pessoa. Assim, esta disciplina não é apenas composta por aulas teóricas, mas também práticas e dinâmicas, em que os alunos apresentam à turma cada uma das culturas presentes, bem como outras distintas.

Procurámos, num primeiro momento, através de uma breve reflexão teórica situar os conceitos de educação intercultural e convívio intercultural e como se traduzem em práticas reflexivas e inclusivas através de apresentação de trabalhos académicos no ensino universitário.

1. Breve reflexão sobre os conceitos

1.1 Educação intercultural

O mundo de hoje, é caracterizado por uma forte presença de pessoas culturalmente diferentes. Também nos nossos contextos educativos e, nomeadamente

nas universidades, podemos verificar este fenómeno. A escola é um espaço privilegiado para desenvolver contatos com modos de ser, agir, pensar e estar, diferentes. Podemos ver, sentir, cheirar que existem estudantes com características muito peculiares, que se diferenciam, através da sua maneira de falar, estar, sentir e olhar o mundo. Os estudantes, muitas vezes, chegam à universidade com diferenças cognitivas, afetivas, sociais, culturais, género, raciais etc. e tudo isto faz com que o docente procure conhecer e desenvolver estratégias que ajudem e facilitem uma maior integração dos estudantes e melhorar a prática educativa.

Esta realidade coloca-nos perante novas situações, questões, dúvidas e receios que nos fazem repensar as nossas práticas, emoções, intervenções e, mesmo, valores, perante o diferente, o novo e, refletir sobre os novos campos de intervenção e de diversidade que isso traz.

A educação intercultural aparece como um recurso que contribui para melhorar a relação, a comunicação e a integração das pessoas que têm culturas diferentes na sociedade de acolhimento.

A educação intercultural refere-se à adoção de uma abordagem intercultural para o olhar e entender a diversidade humana na educação. A educação intercultural coloca o foco da reflexão e da prática educacional no cultural e considera que a diversidade é a norma de qualquer grupo de pessoas (Glosario Educación Intercultural, 2008: 59-62).

A UNESCO (2006) propõe três grandes princípios sobre a educação intercultural:

1. A educação intercultural respeita a identidade cultural do aluno, mediante a oferta de uma educação de qualidade para todos e culturalmente relevante.
2. A educação intercultural desenvolve em cada aluno o conhecimento cultural, as atitudes e as competências necessárias a uma participação ativa na vida da sociedade.
3. A educação intercultural garante a todos os alunos a aquisição dos conhecimentos, atitudes e competências que os capacitam a contribuir para o respeito, a compreensão e a solidariedade entre indivíduos, grupos étnicos, sociais e religiosos, e nações.

A educação intercultural, é um método de ensino/aprendizagem que tem por base um conjunto de valores e crenças democráticas, e que procura fomentar o

pluralismo cultural dentro de sociedades culturalmente diversas, que são mais frequentemente a regra num mundo global e interdependente. Ou seja, “Un modelo educativo que propicia el enriquecimiento cultural de los ciudadanos, partiendo del reconocimiento y respeto a la diversidad, a través del intercambio y el diálogo, en la participación activa y crítica para el desarrollo de una sociedad democrática basada en la igualdad, la tolerancia y la solidaridad” (Sales, A. & García, R, 1997:46 in Pedro, Pires e González, 2009: 5).

A educação intercultural constitui uma oportunidade de enriquecimento para todos, que tem lugar a partir da troca, abertura e interação - cognitiva e afetiva - com os valores, estilos de vida e representações simbólicas das culturas com quem vivemos. Tem como objetivos: incentivar o diálogo entre pessoas de diferentes culturas, defendendo a riqueza da diversidade, o intercâmbio e a procura de novas formas de relacionamento, uma convivência aberta, democrática e solidária, compartilhada por toda a sociedade; trabalhar para a realização das condições de igualdade e justiça social que eliminam situações de discriminação, e promover a igualdade de oportunidades e de direitos e formar cidadãos capazes de lidar com a convivência num mundo complexo e dinâmico, que se dedicam a construção de uma sociedade mais justa e equitativa (FETE-UGT, s/d: 8).

A educação intercultural implica saber distinguir, relacionar e utilizar – na elaboração geral de planos, programas e projetos, nos documentos e materiais, e, especialmente, na prática quotidiana do processo de ensino/ aprendizagem – fatores pessoais, fatores situacionais e fatores culturais que estão presentes nos relacionamentos e percursos educativos” (Giménez, 2003 d, 22-25 in Giménez, 2010: 19).

Na perspetiva de Frutos (2015), para fazer educação intercultural há que partir da prática, para chegar à teoria e voltar de novo para a prática, tentando melhorar o processo educativo. Na ótica deste autor é preciso que os professores se formem adequadamente sobre: os conteúdos interculturais, conhecendo o que são e o que significam as outras culturas; aprenderem a ser críticos com as informações que se transmitem acerca dos *outros* diferentes; aprenderem a entender respeitar outros modos de perceber a realidade; aprender a valorizar outras culturas e identidades culturais, fomentando e promovendo o contato entre elas.

Segundo (Soriano, 2007 *in* Frutos, 2015: 95), “a interculturalidade é um veículo privilegiado para trabalhar muitíssimos valores, princípios e práticas escolares de uma enorme potencialidade e gerar uma educação moderna, uma educação inclusiva que requer um alto grau de motivação e de compromisso pedagógico”

1.2 Convívio intercultural

A educação intercultural voltada para o conhecimento e para a interação entre pessoas com culturas diferentes, pressupõe, naturalmente, uma educação para o convívio intercultural.

Segundo Olivencia (2015: 32), a educação intercultural serve e tem como objetivo melhorar o convívio e as relações interpessoais entre pessoas de diferentes proveniências culturais. A escola deve ser um espaço microsociedade de projeção macrosociedade positiva, solidária, diversa e equitativa.

Para Giménez (2010: 30), “Conviver significa viver na companhia de outros e, para poder falar de “companhia”, tem que se ter uma participação nos sentimentos do outro, uma empatia. Em suma, quando se fala de convivência, referimo-nos à vida que é compartilhada pelos indivíduos, famílias e grupos no que diz respeito a interesses, preocupações, problemas, soluções para esses problemas, expectativas, uso do espaço, serviços e a tudo aquilo que faz parte da vida em sociedade”. E acrescenta que “a convivência implica, portanto, estar ao mesmo tempo e no mesmo lugar que o outro, com o qual se interage ativa e criativamente, com quem se compartilha características comuns, e entre quem existe um entendimento, uma empatia”.

Segundo Idáñez e Buraschi (2012:37), a abordagem intercultural não se limita a reconhecer e a valorizar as diferenças, mas sublinha a importância da convivência, baseada na compreensão mútua e no diálogo intercultural.

Devemos olhar para a convivência e/ou convívio intercultural como um elemento chave e premente nas relações que desejamos conhecer, aprofundar e interagir. Só com uma atitude proactiva, curiosa, de descoberta e de aprendizagem permanente é possível um encontro verdadeiramente autêntico com a diversidade e a interculturalidade.

Método

O trabalho que aqui apresentamos consiste num *estudo de caso* realizado numa Universidade privada, em Lisboa. Procurámos, através de uma breve reflexão teórica, situar os conceitos educação intercultural e convívio intercultural e como estes se traduzem em práticas reflexivas e inclusivas através de apresentação de trabalhos académicos no ensino universitário.

Os estudantes de 1ºano são *convidados* a apresentar, de forma criativa, dinâmica e reflexiva, algumas especificidades culturais de pessoas, povos e comunidades presentes na nossa sociedade e outras.

Resultados

Estes trabalhos proporcionam aos estudantes conhecer algumas especificidades culturais de pessoas, povos e comunidades, conhecer e aprofundar conceitos, potenciar o convívio escolar e o intercâmbio cultural, compreender a importância das relações interculturais, valorizar a diferença, *olhar* e conhecer os colegas de origens diferentes, fomentar o desenvolvimento de uma escola inclusiva e com qualidade, através de formação específica acerca dos conceitos trabalhados e *vividos* em contexto de sala de aula.

Possibilitam, ainda, sensibilizar os estudantes para que possam questionar os seus contatos com a diversidade e, não basta receber um conjunto de noções teóricas e práticas mais ou menos interessantes ou novas, é fundamental que reflitam sobre as experiências e contatos em sala de aula, com colegas oriundos de outras culturas, para aperfeiçoar e melhorar um conjunto de habilidades e procedimentos que permitem a aproximação, a confiança e a melhor relação com o *outro* (Carneiro e Malheiros, 2013).

O objetivo da educação intercultural é conseguir a convivência, o respeito e a valorização mútua entre os alunos para um clima de entendimento e de tolerância. Para que esse desejo de respeito e de entendimento possa transformar-se em realidade será

necessário que todos os alunos, que todas as pessoas se sintam valorizadas, apreciadas e aceites por serem quem são e não unicamente pela sua proveniência e cultura de pertença (Olivencia, 2015: 96).

Em jeito de Conclusão

Com uma sociedade cada vez mais globalizada e diversificada em diversos domínios, é premente uma educação para os valores da tolerância, do respeito, da compreensão, da solidariedade, da igualdade e da aceitação de pessoas culturalmente diferentes, possibilitar assim, a construção de espaços educativos sensibilizados, atentos e voltados para um trabalho colaborativo e para uma sociedade mais inclusiva e intercultural. Não basta a interação entre as pessoas é preciso educar e sensibilizar para a diversidade e para a interculturalidade.

Os contextos universitários são, hoje, palco de pessoas distintas culturalmente e é importante fomentar e criar espaços de convívio intercultural para que os estudantes se conheçam, interagem, reflitam sobre a importância do contato com o desconhecido e, possibilitar a abertura à aprendizagem e ao conhecimento mútuo.

Segundo Olivencia (2015: 118), “valorizar da diferença supõe criar espaços comuns de diálogo e de interação cultural e ver o que é culturalmente diferente, como uma oportunidade de aprendizagem e crescimento pessoal, social e educativo.

Verificamos que, com a inclusão da unidade curricular “Intervenção na área da diversidade e interculturalidade” no curso de Serviço Social, possibilita por um lado, sensibilizar os estudantes para os temas da diversidade e da interculturalidade, no mundo e no nosso País e por outro, proporciona o intercâmbio e a aprendizagem mútua, de forma positiva, para o verdadeiro e autêntico encontro intercultural.

Referências Bibliográficas

Carneiro, Hélia Bracons; Malheiros, Jorge (2013). Imigração e envelhecimento: Estratégias sociais no trabalho com idosos imigrantes. In Carvalho, Maria Irene (ed), *Serviço Social no Envelhecimento*. Lisboa: Pactor. pp: 163-175.

FETE-UGT (s/d). *Educación intercultural e inclusiva. Guía para el profesorado*. Disponível em: www.aulaintercultural.org

Frutos, Andrés Escarbajal (2015). *Comunidades interculturales y democráticas. Un trabajo colaborativo para una sociedad inclusiva*. Madrid: Narcea, s.a. de ediciones.

Glosario Educación intercultural (2008), Departamento confederal de migraciones de ugt y de la secretaría de políticas sociales de fete-ugt. Madrid: Colectivo Yedra. Disponível em: http://www.feteugtcyl.es/sites/default/files/glosario_%20educacion_intercultural.pdf

Idáñez, María José Aguilar; Buraschi, Daniel (2012). El desafío de la convivencia intercultural. *Rev. Inter. Mob. Hum., Brasília*, Ano XX, Nº 38, p. 27-43. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/remhu/v20n38/a03v20n38.pdf>

Idáñez, María José Aguilar (2004). Trabajo social intercultural: una aproximación al perfil del trabajador social como educador y mediador en contextos multiculturales y multiétnicos. *Portularia* 4, [153-160]. Disponível em: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/252/b15133047.pdf?sequence=1>

Olivencia, Juan (2015). *Las essências de la educación intercultural*. Málaga: Ediciones Aljibe

Pedro, Ana; Pires, Lucília e González, Rufino (2009). *Contributos da educação intercultural na construção de uma sociedade pluralista e democrática numa perspectiva comparada - Portugal e Espanha*. Disponível em:

<http://www3.uma.pt/alicemendonca/conteudo/santarem/XCONGRESSO.pdf>

Romero, Carlos Giménez (2005). *Convivencia: Conceptualización y sugerencias para la praxis*. Madrid: Observatorio de las Migraciones y la Convivencia Intercultural de la Ciudad de Madrid. UNESCO (2006). *Guidelines on Intercultural Education*. Disponível em:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147878e.pdf>

REDES SOCIAIS, MIGRAÇÕES E TRANSNACIONALISMO

ANA PAULA CORDEIRO
CEMRI/Universidade Aberta
ana.cordeiro@uab.pt

Resumo

As redes sociais, no sentido amplo do termo, têm desempenhado um papel fulcral na maioria dos processos migratórios, tanto no passado como no presente.

Pretende-se com a apresentação deste trabalho, enfatizar a influência determinante que as redes sociais tiveram e têm na decisão de migrar, na seleção do país de destino, na preparação do movimento, na instalação e integração na sociedade de acolhimento (designadamente na inserção no mercado de trabalho e no mercado habitacional) e na manutenção de contactos e laços com o país de origem.

Procura-se também na comunicação proposta, analisar a evolução da natureza e das características das redes sociais constituídas no quadro migratório, quer a nível nacional, quer internacional, bem como dos respetivos suportes de comunicação e funcionamento. Nessa sequência serão igualmente abordadas as alterações registadas no perfil e filiação dos elementos que as compõem, bem como na dinâmica das práticas que protagonizam.

Por fim, será salientada a importância das redes sociais na emergência do fenómeno do transnacionalismo e na consolidação de comunidades transnacionais.

Palavras-chave: redes sociais; migrações; transnacionalismo; comunidades transnacionais.

Abstract

Social networks, in the broad sense of the term, have played a crucial role in most migration processes, in the past as much as in the present.

The purpose of this paper is to emphasize the decisive influence that social networks have had on the decision to migrate, on the selection of the destination country, on the preparation of the movement, on the installation and integration in the host society (namely in the labor and housing markets) and in the maintenance of contacts and links with the country of origin.

It is also sought in the proposed communication, to analyze the evolution of the nature and characteristics of the social networks constituted in the migratory framework, both at national and international level, as well as the respective supports of communication and operation. In this sequence will also be addressed the changes registered in the profile and affiliation of the elements that compose them, as well as in the dynamics of the practices that they carry out.

Finally, the importance of social networks in the emergence of transnationalism phenomenon and in the consolidation of transnational communities will be also emphasized.

Keywords: social networks; migration; transnationalism; transnational communities.

1. Introdução

A relevância das redes sociais no quadro migratório foi particularmente enfatizada a partir dos anos setenta do século passado, tendo merecido, desde então, especial atenção nos trabalhos de pesquisa realizados por cientistas sociais de várias áreas disciplinares (sociólogos, antropólogos, economistas, demógrafos, entre outros). De um modo geral, as investigações realizadas a seu respeito enquadram-se no âmbito da teoria dos sistemas migratórios, a qual configura a ligação entre dois ou mais espaços através de movimentos migratórios (correntes e contracorrentes) de indivíduos, com ligações históricas, sociais, culturais, económicas e políticas (Rocha-Trindade,1995; Samers, 2010).

A mobilização do conceito de redes sociais para o estudo das migrações veio acrescentar a perspectiva meso à análise do fenómeno migratório, complementando as explicações da realidade migratória baseadas, nos fatores estruturais por um lado, e na ação individual dos seus protagonistas, por outro (Massey et al, 1993, 1998). Neste sentido, para além da influência das condições de natureza macro na ocorrência de fluxos migratórios, reconhece-se que as decisões e comportamentos dos migrantes resultam, em larga medida, da sua participação em determinadas unidades sociais, ou seja, dos vínculos, laços e relações que, no interior destas, estabelecem com outros agentes. Neste contexto, as redes sociais são percecionadas como “(...) fatores de intermediação entre os atores individuais e as forças estruturais” e “ (...) ao ligarem migrantes e não migrantes no espaço e no tempo, (...) dão origem a teias complexas de relações interpessoais que permitem conceptualizar as migrações como um produto social”. (Rocha-Trindade,1995: 91).

A abordagem analítica das migrações pelo ângulo das redes sociais reveste-se, por isso, da maior pertinência, assumindo atualmente especial interesse, atendendo às enormes alterações observadas no suporte e nas condições do seu funcionamento, na dimensão, tipologia e dinamismo das suas ações, no perfil e práticas dos seus membros.

2. O papel das redes sociais nos processos migratórios

Emigrar pressupõe sempre deixar aquilo que se conhece e, assim, aquilo com que estamos familiarizados - família, amigos, casa, uma comunidade, uma terra, um país - e enfrentar o desconhecido - outras pessoas, diferentes lugares, nova habitação, na maioria dos casos, novo trabalho, e muitas vezes também uma língua, práticas sociais e culturais diferenciadas. Emigrar é sempre, de alguma forma, sair da nossa “zona de conforto” e, por esse motivo, é frequentemente acompanhada de sentimentos de insegurança e incerteza, percebida como uma situação de risco.

Por esse motivo, é frequente que a decisão e o ato de emigrar impliquem a definição e implementação de estratégias e ações que tenham por finalidade diminuir essa sensação de vulnerabilidade, o receio de confrontar o imprevisto, em suma, de reduzir os custos - materiais e emocionais – envolvidos nos processos migratórios, de reduzir, ao máximo, a possibilidade de que fracassem.

É neste contexto que as redes sociais assumem especial importância no âmbito alargado dos processos migratórios e marcam presença contínua em todo o seu desenvolvimento.

Na verdade, sendo as redes sociais “Todas as conexões diretas e indiretas que unem um indivíduo ou um grupo a outros indivíduos ou grupos” (Giddens,2013:924), elas são perspectivadas, por várias razões, como um recurso vital a mobilizar na criação de condições que potenciem o sucesso dos movimentos migratórios.

Em primeiro lugar, tal acontece pelo facto das redes sociais integrarem pessoas que se conhecem diretamente, pessoas que colocam os seus pares em contacto com outras, que intercedem por eles junto de pessoas que estes não conheciam e com quem passam a interagir por seu intermédio, alargando, mesmo que indiretamente, o seu universo social, o seu “raio” de interação social, potenciando, assim, o alcance e a influência das suas ações, aumentando os seus recursos e oportunidades.

Além disso, as redes sociais incluem frequentemente indivíduos com origens e afiliações sociais comuns (classe social, grupo étnico, clube desportivo, entidade

patronal, origem geográfica, pertença cultural, associação recreativa etc.) que partilham, muitas vezes, um sentimento de identidade e de pertença comum, proporcionando sensações de confiança, cooperação, solidariedade, segurança e estabilidade, durante uma experiência que é, por inerência, disruptiva.

Acresce ainda, que as redes sociais servem os interesses dos seus membros de vários modos e são acionadas principalmente quando se procuram oportunidades e benefícios, constituindo e facultando um inestimável capital social, entendido na aceção de Pierre Bourdieu, como:

“l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes (susceptibles d'être perçues par l'observateur, par les autres ou par eux-mêmes) mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles. (Bourdieu, 1980:2)

Ao proporcionarem um universo social mais amplo e diversificado, um leque de recursos e oportunidades mais alargado, bem como uma infraestrutura relacional, e, até, emocional e afetiva de grande relevo, as redes sociais adquirem lugar de destaque nas experiências migratórias.

3. Redes sociais e percurso migratório

Atendendo aos seus atributos, ao capital social que representam e delas emana, as redes sociais constituem um recurso de enorme valor para os migrantes, sendo constituídas maioritariamente por familiares, amigos, colegas e conterrâneos e, por norma, acionadas ao longo de todo o percurso migratório, o qual compreende, segundo Maria Beatriz Rocha-Trindade, o conjunto de passos e ações relevantes levados a cabo por um migrante durante o processo social que vivencia, ocorridos de acordo com uma certa cadência cronológica. (1995:37)

O primeiro momento em que a relevância das redes sociais se manifesta no quadro migratório, tem lugar mesmo antes da partida, ocorrendo no período da tomada de decisão de emigrar ou não emigrar e, subsequentemente em caso afirmativo, na fase da seleção do país recetor. As informações sobre potenciais países de destino, as

vantagens e desvantagens que apresentam, as oportunidades e dificuldades que oferecem, são transmitidas por elementos de redes sociais que já vivenciaram ou ainda vivenciam a experiência migratória, e/ou pelos seus familiares e amigos. É com eles que se tentam esclarecer dúvidas, que se analisam alternativas, que se partilham expectativas e receios, motivos pelos quais a tomada de decisão de emigrar e a escolha do país de acolhimento, é significativamente influenciada pelos seus conhecimentos e opiniões.

A preparação da partida é também uma etapa do processo migratório, na qual o papel das redes sociais denota evidente proeminência. As informações relativas à documentação necessária para fixar residência ou exercer atividade profissional no país de acolhimento, as informações que dizem respeito à viagem, e ainda todas as ações que é necessário realizar para deixar, mesmo que temporariamente, o país de origem, contam com a participação dos membros das redes sociais do migrante. Por seu intermédio se acede muitas vezes a engajadores, líderes comunitários, dirigentes associativos, emigrantes percursores, que facultam mecanismos de facilitação do movimento migratório (como a carta de chamada, entre muitos outros).

Na fase de instalação no país de destino o contributo das redes sociais é da maior importância em vários domínios: na disponibilização de locais de alojamento, na identificação de espaços habitacionais e na efetivação do seu aluguer; na divulgação de oportunidades trabalho e no acesso ao emprego, na adaptação ao desempenho da atividade profissional; no apoio ao cumprimento de formalidades de natureza burocrática, administrativa e legal; no enquadramento nas rotinas diárias na sociedade de acolhimento, no estabelecimento dos primeiros contactos e relações sociais. A expressão mais visível dos efeitos das redes sociais nestes domínios pode ser ilustrada pela aglomeração física de migrantes de uma mesma origem nacional e/ou regional em determinadas localidades do país de acolhimento e, igualmente, pela sua concentração em determinados setores de atividade profissional. O fenómeno da especialização de destinos conhece inúmeros casos na realidade migratória portuguesa, a que título de exemplo se pode referir a radicação de madeirenses na Venezuela ou de açorianos no Canadá e nos Estados Unidos, no que diz respeito à emigração, e a presença massiva de caboverdeanos no concelho da Amadora, no que toca à imigração. A concentração de imigrantes num mesmo espaço físico e laboral, que congrega sobretudo empresas de migrantes em resposta a um determinado mercado étnico, constituiu o suporte empírico

da teoria dos enclaves económicos criada por Alejandro Portes (1981), e advém dessa dinâmica social.

A função das redes sociais durante toda a estadia no país de destino e, assim, no processo contínuo de integração dos migrantes, assume uma extraordinária relevância, não só no estabelecimento de relações que facilitam o acesso a novas oportunidades de emprego e habitação, no contacto mediado com a língua do país recetor, na adaptação aos seus valores, práticas sociais e culturais, como também na inserção em diversos grupos e organizações sociais da sociedade autóctone e da comunidade migrante, muitas vezes dotadas de carácter institucional, como sejam as associações desportivas, recreativas e de lazer. Todavia, nesta fase, as redes sociais são igualmente um poderoso recurso na manutenção dos vínculos dos migrantes com o país de origem, mediante a ação de elementos que nele permaneceram, e de outros que se encontram radicados no estrangeiro. Por eles são assegurados os fluxos de informação, de bens de valores e referências, entre os dois espaços, apoiada a execução de inúmeras tarefas e o cumprimento de diversas obrigações no país emissor, mantido o suporte afetivo a quem se ausentou da sua comunidade de pertença.

Nas situações de regresso ao país de origem, definitivo ou temporário (movimentos migratórios cíclicos, sazonais, pendulares), as redes sociais têm também um papel ativo no apoio à preparação do abandono do país estrangeiro, ao terminus ou suspensão de determinados vínculos e compromissos formais, mas também muitas vezes em dar continuidade ao contacto intermitente e às ligações que com ele se mantêm.

As redes sociais revestem-se igualmente de interesse considerável na fase da reinserção no país de origem, designadamente na obtenção de informações sobre os trâmites legais que enquadram atividades de diversa natureza no domínio laboral, empresarial, aquisitivo, sobre as condições de acesso a diferentes serviços nos domínios da saúde, da segurança social (entre muitos outros), na transmissão de conhecimento sobre as novas dinâmicas sociais e culturais em curso, na integração em novos grupos e organizações sociais.

4. Evolução das redes sociais no quadro migratório

As redes sociais constituídas em contexto migratório operam maioritariamente de modo informal, tendo sido até há poucas décadas atrás, alargadas, fortalecidas e perpetuadas pelo meio associativo criado no país recetor. O amplo universo de associações de migrantes constituiu-se como espaço privilegiado de congregação de redes de conhecimentos e amizades, motivadas e animadas por iniciativas de índole solidária, por eventos desportivos e musicais, atividades de recreação e lazer, ensino da língua (estrangeira ou portuguesa, no caso dos descendentes) e, deste modo, como suporte inestimável à presença e à afirmação identitária dos migrantes no país de acolhimento e, simultaneamente, à ligação ao país, às comunidades e à cultura de origem.

Estas redes migratórias impulsionaram a emergência e o fortalecimento de correntes migratórias, ou seja, de extensos fluxos migratórios em cadeia, de um país para outro e, muitas vezes, de uma região ou localidade do país de origem para uma mesma região ou localidade do país de destino, durante períodos temporais muito prolongados (anos, décadas, séculos). Delas resultou a constituição de grandes comunidades migrantes e o surgimento de diásporas, definidas como populações de uma mesma origem étnica, que embora dispersas por regiões estrangeiras a partir da sua terra natal, se mantêm unidas, ao longo de gerações, com base numa história comum, numa memória coletiva e numa identidade de pertença que é por si cultivada e preservada (Rocha-Trindade, 1995).

Muito embora a importância das redes sociais seja uma constante no quadro dos processos migratórios ao longo dos tempos, e os propósitos subjacentes à sua constituição e funcionamento se mantenham, de uma forma geral, registam-se, nas últimas décadas, alterações assinaláveis relativamente à sua natureza, modo de funcionamento, às práticas e ao perfil dos atores que as animam.

De facto, apesar de algumas das características afetas às redes sociais ligadas ao meio migratório se manterem, outras sofreram grandes transformações depois do advento das tecnologias da informação e comunicação, as quais constituíram, como refere Castells (2012), um fator de alavancagem essencial para a existência de novas redes sociais operantes em suporte digital. Exemplo claro dessa realidade é o incontável número de redes sociais virtuais associadas ao fenómeno migratório, presentes em

diversas plataformas digitais, como o Facebook (portugueses em França, portugueses em Bucareste, portugueses a trabalhar em An3gola etc.) o Twitter, o Instagram, entre outras.

Muitas das redes sociais que em contexto migratório proporcionam atualmente comunicação e interação entre os seus membros, operam em ambiente virtual, mediadas pelo computador, abandonando os constrangimentos físicos, espaciais e temporais das suas congéneres anteriores. A informação que se transmitia e o contacto que se estabelecia anteriormente por carta, telefone ou face e face, nas visitas à terra natal, ou mesmo em encontros nas organizações associativas no país de acolhimento, de forma morosa no tempo e no espaço, são hoje veiculados pelo computador em breves instantes. Por outro lado, se a interação social que as redes sociais possibilitavam até há algumas décadas atrás, se circunscrevia, quase exclusivamente, a familiares, amigos, colegas, conhecidos e conhecidos de conhecidos, hoje elas facultam acesso autónomo e independente, contacto direto e imediato a agentes, grupos sociais e instituições desconhecidos, o que amplia e intensifica fortemente a dimensão da estrutura reticular das redes, aumentando como nunca o alcance e a capacidade de influência dos respetivos atores.

Contudo, se a abrangência do raio de ação dos atores é potenciada, efetivamente, pela democratização do acesso direto às redes e aos seus membros (não obstante a necessidade de formular um pedido de admissão e obter a respetiva autorização para participar em muitas delas, como o Facebook e o Instagram, por exemplo), eliminando as limitações que muitas vezes a hierarquia social e o espartilho comunitário colocava a alguns deles, a possibilidade de todos poderem ser produtores de informação, em igualdade de circunstâncias e com igual visibilidade, trouxe grandes mudanças à estrutura reticular de algumas redes. A informalidade e horizontalidade da interação social permitida pelas novas tecnologias acarretou alterações às posições ocupadas por alguns atores, designadamente líderes comunitários e, conseqüentemente, à estrutura de algumas delas, a qual se tornou mais flexível e descentralizada.

Todavia, o verdadeiro significado e eficácia das novas formas de sociabilidade observadas nas redes sociais virtuais atualmente, não reúne consenso por parte de sociólogos e outros cientistas sociais, aplicando-se as questões levantadas a seu respeito,

às redes sociais virtuais associadas às migrações. Uma das vozes mais dissonantes sobre as redes sociais virtuais é a de Bauman (1999), cuja argumentação, no quadro daquilo que apelidou modernidade líquida, defende que as relações estabelecidas por seu intermédio são ausentes de conteúdo, impessoais, sem profundidade e significado sentimental, fugazes, frágeis e descartáveis, não dando lugar ao estabelecimento de laços e vínculos consistentes. Por essa razão, no entendimento do autor, as redes sociais virtuais não são reflexo ou resultado da existência de verdadeiras comunidades, uma vez que esta não é objeto de opção pessoal. O pensamento de Bauman sugere assim que as redes sociais emanam de comunidades efetivas, são componentes da sua própria tessitura, e contribuem, simultaneamente para a sua consolidação, podendo ser percebidas como causa e efeito do fenómeno comunitário. As redes sociais que nascem em meio virtual são construídas por nós, estamos vinculados a elas apenas quando e como queremos, ou quando e como terceiros querem, razão pela qual não fornecem os alicerces necessários à formação de comunidades, no sentido convencional do termo.

Se anteriormente as redes sociais apresentavam um cariz mais personalizado, eram portadoras de uma identidade social facilmente identificável, atendendo à alocação da rede a um determinado grupo social, estando mais claros os papéis e as posições que os indivíduos ocupavam no interior da sua estrutura, aquelas que hoje funcionam através de meios de comunicação e interação desterritorializados, e de mecanismos de agregação ou desvinculação opcionais, podem transmitir um falso sentimento de igualdade e poder social, de pertença a um coletivo escolhido e não “herdado”, bem como contribuir para o fomento ou a erradicação de isolamento e distância social, para a perda ou ganho de laços comunitários.

Chambers também chama a atenção para o facto destes novos padrões de relação e associação social poderem não oferecer um suporte capaz de garantir relações que assegurem apoio afetivo, nomeadamente a prestação de cuidados e a afetividade necessários ao bem-estar e à estabilidade emocional dos envolvidos, que advêm, por norma, de relações de proximidade física e de comprometimento. (Giddens, 2013:933-934) Colocasse pois a questão de saber se esta nova forma de socializar e interagir conduz efetivamente ao enfraquecimento dos tradicionais atributos e funções das redes

sociais, à perda de influência dos grupos convencionais e à diminuição do grau de compromisso com a comunidade envolvida.

5. A importância das redes sociais na emergência do transnacionalismo, das comunidades e práticas transnacionais

Como já foi referido anteriormente, as novas tecnologias de informação, comunicação e transporte impulsionaram o aumento das migrações temporárias, pendulares e circulares, sendo progressivamente crescente o número de migrantes que estrutura a sua vida com base em duas ou mais sociedades. Por outro lado, elas possibilitaram a constituição de redes sociais virtuais de enorme dimensão e dinamismo, proporcionando a interação e a interligação de um gigantesco quantitativo de atores individuais e coletivos, em todos os pontos do globo. Neste quadro reuniu as condições propícias à constituição de comunidades transnacionais, definidas por Castles como grupos de indivíduos estabelecidos num ou mais países, ligados a atividades transfronteiriças regulares e relevantes, de caráter económico, social, cultural e/ou político. Essas atividades, também designadas transnacionais, são ainda de acordo com o autor, práticas desenvolvidas tendo como referência duas ou mais sociedades e têm uma importância central no quotidiano dos indivíduos que as realizam (2005:80-81).

Com a enorme facilidade de deslocações e contactos entre o país de origem e o ou os países de destino, emigrantes e residentes fixos envolvem-se em práticas transnacionais em todas as esferas da vida social.

No domínio económico destacam-se diversas práticas transnacionais suportadas por redes sociais, que se materializam em fluxos de bens e capital com finalidades diversas. Fluxos financeiros e de géneros atravessam fronteiras para a criação ou consolidação de projetos empresariais, para o fomento de iniciativas empreendedoras, quer no país de origem, quer no de destino e, por vezes, nos dois em simultâneo. As atividades associadas ao designado “mercado da saudade” é um claro exemplo das práticas transnacionais de cariz económico.

No campo político, existem também inúmeras expressões de práticas transnacionais promovidas por redes sociais em contexto migratório, designadamente o

envolvimento em organizações e ações políticas nos dois espaços do movimento migratório, o exercício do voto, a promoção das relações bi ou multilaterais.

Práticas transnacionais de índole sócio-cultural, têm uma enorme visibilidade e resultam de relações comunitárias que cruzam fronteiras e que envolvem a recreação do sentido de comunidade e a participação de emigrantes e de não emigrantes em diversos eventos e iniciativas, como sejam, intercâmbio artístico e cultural (ranchos folclóricos, grupos musicais etc.), colaboração com organizações de caráter lúdico e solidário (bombeiros, lares etc.). Existem outras dimensões mais subjetivas e simbólicas das práticas transnacionais que, no atual contexto das redes sociais virtuais, surtem efeitos assinaláveis nas comunidades transnacionais. Trata-se das ideias, valores, comportamentos e referências sociais e culturais que fluem a uma velocidade cada vez maior e num espectro cada vez mais vasto, entre as comunidades radicadas no estrangeiro e as que residem nos países de origem.(Faist, 2013).

5. Nota Final

As redes sociais ganharam novas configurações na era da pós-modernidade, mantendo, todavia, um protagonismo inquestionável no quadro das experiências migratórias da atualidade.

O impacto das novas condições de operacionalidade sobre o seu desempenho em contexto migratório, não se encontra ainda claramente definido, embora se afigure plausível considerar que o caráter transnacional das comunidades e práticas de migrantes, continuará a ser intensificado e aprofundado pelas redes sociais, que se apresentam cada vez mais amplas e versáteis.

Bibliografia

- BAUMAN, Z., (2001), *A modernidade líquida*, Zahar
- BOURDIEU, P. (1980), *Le capital social*. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 31, pp 2-3
- CASTELLS, M. (2012), *Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CASTLES, S. (2005), *Globalização, transnacionalismo e novos fluxos migratórios: dos trabalhadores convidados às migrações globais*. Lisboa: Fim de Século
- GIDDENS, A., (2013), *Sociologia*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- GOLDIN, I., CAMERON, G., BALARAJAN, M., (2011), *Exceptional people – how migration shaped our world and will define our future*, Princeton: Princeton University Press
- GOMES, R.M. (2015), *Fuga de Cérebros – retratos da emigração portuguesa qualificada*, Lisboa: Bertrand Editora
- FAIST, T.; FAUSER, M.; REISENAUER, E. (2013), *Transnational Migration*, Cambridge: Polity Press
- FONSECA, L. et al., (2013), *Migrações na Europa e em Portugal*, Lisboa: Almedina
- LEMIEUX, V.; OUIMET, M. (2012), *Análise estrutural das redes sociais*, Lisboa: Instituto Piaget
- MASSEY, D.S., et al., (1993) *Theories of international migration: a review and appraisal*, *Population and Development Review*. 19,3:431-466
- MASSEY, D.S., et al., (1998), *Worlds in motion: understanding international migration at the end of millennium*. Oxford: Oxford University Press
- O'REILLY, K. (2012), *International migration & social theory*, London: Palgrave macmillan
- PATRICK, B.; SILVA, F.C. (2014), *Teoria social contemporânea*, Lisboa: Editora Mundos Sociais

Peixoto, J. (1999), A mobilidade internacional dos quadros, Oeiras: Celta Editora

PIRES, R. et al., (2010), Portugal: atlas das migrações internacionais, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

PORTES, A. (2006) Estudos sobre as migrações contemporâneas. Transnacionalismo, empreendedorismo e a segunda geração. Lisboa: Fim de Século.

PORTES, A.; WALTON, J. (1981), Labor, class and the international system. New York: Academic Press

ROCHA-TRINDADE, M.B. (1995), Sociologia das Migrações, Lisboa: Universidade Aberta

SAMERS, M. (2010), Migration, Oxon:Routledge

SILVA; C.; FIALHO, J.; SARAGOÇA, J., Iniciação à análise de redes sociais – casos práticos e procedimentos com UNINET, Lisboa: Caleidoscópico

TEIXEIRA, P.(2015), Novo êxodo português – causas e soluções, Porto: Vida Económica

Ces liaisons sont irréductibles aux relations objectives de proximité dans l'espace physique (géographique) ou même dans l'espace économique et social parce qu'elles sont fondées sur des échanges inséparablement matériels et symboliques dont l'instauration et la perpétuation supposent la re-connaissance de cette proximité.

Bourdieu Pierre. Le capital social. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 31, janvier 1980. Le capital social. pp. 2-3.

O ESCÂNDALO FRIBOI

CELENE FIDELIS FRIAS FERREIRA
Universidade da Beira Interior
celeneff@gmail.com

RESUMO

A presente pesquisa busca contribuir com os estudos de gestão de crises organizacionais, a partir da análise do escândalo de repercussão internacional em que a Friboi, marca líder em carnes, com 25% do mercado brasileiro, se encontrava envolvida em problemas de qualidade de produto em consequência de uma operação denominada Carne Fraca, da Polícia Federal, baseada na corrupção de fiscais do governo. A marca Friboi, que sempre investiu em comunicação e conseguiu transformar uma *commodity* em marca de valor fundada em pilares como confiança, transparência e proximidade, hoje apresenta estragos generalizados não somente de ordem econômica como na sua imagem e na reputação da marca. Esse artigo visa despertar a atenção dos comunicadores e mais particularmente dos Relações Públicas para a relevância do gerenciamento dos ativos intangíveis, mais especificamente “ativos de relacionamento com públicos estratégicos”, no qual a marca se encontra representada. Por meio a boa gestão dos processos relacionais e comunicativos, os Relações Públicas terão a possibilidade de demonstrar o seu valor de forma sustentada para as organizações. A adoção de estratégias corretas, no tocante ao gerenciamento de crises de imagem, pode favorecer a marca, esse ativo intangível marcado de significados para os diversos públicos estratégicos. Metodologicamente, a pesquisa trata do estudo de caso Friboi, que foi escolhido por conveniência diante da enorme repercussão do escândalo, não somente nas redes sociais, como nos noticiários da grande imprensa do Brasil e internacionalmente. A análise se caracteriza como bibliográfica, descritiva e documental na web, já que coletou informações em jornais online e em sites especializados, no intuito de demonstrar como as organizações devem aprender a lidar com esse cenário complexo, instável e vulnerável.

Palavras-chave: Friboi, ativos intangíveis, gestão da marca, gerenciamento de crises; Relações Públicas.

ABSTRACT

This research seeks to contribute with studies of organizational crisis management, from the analysis of the international scandal in the Friboi, Brand leader in Meats, with 25% of the Brazilian market, it was involved in problems of quality, as a consequence of an operation, called weak flesh, originated by the Federal Police, based on the corruption of the fiscal servers of government. The brand Friboi, which has always invested in communication and managed to turn a commodity in value brand founded in pillars such as trust, transparency and proximity, today presents widespread damage not only in economic order as in its image and reputation of the mark. This article aims to arouse the attention of communicators and more particularly of Public Relations for the relevance of the management of intangible assets, specifically "Relationship assets with strategic public", in which the mark is represented. Through the good management of relational processes and communication processes, the Public Relations will be able to demonstrate your value in a sustained manner for organizations. The adoption of correct strategies with regard to gerenciamento of image crises may favor the brand, this intangible asset marked of meaning for the various strategic publics. Methodologically, the research deals with the case study Friboi, which was chosen for convenience in the face of the enormous repercussions of the scandal, not only in social networks, as in the news of the Great press of Brazil and internationally. The analysis is characterized as descriptive, bibliographical and documentation on the web, since information collected in online newspapers and in specialized sites, in order to demonstrate how organizations must learn to deal with this complex scenario and unstable and vulnerable.

Keywords: Friboi, intangible assets, brand management, crisis management, Public Relations.

Introdução

Estamos na era da criação de valores e é neste contexto que os ativos intangíveis, considerados fatores de diferenciação e, portanto, geradores de vantagens competitivas têm auferido relevância nos estudos organizacionais.

Apesar dos ativos intangíveis serem estudados por pesquisadores de áreas do conhecimento como gestão, contabilidade, marketing e comunicação esse artigo limita-se à análise de uma das variáveis representativas dos ativos intangíveis, a dos “ativos de relacionamento com públicos estratégicos”, por meio do qual a comunicação e mais particularmente as Relações Públicas exercem sobremaneira relevância para a criação de valor de forma sustentada para as organizações.

As organizações têm buscado estabelecer relacionamentos duradouros e criar vínculos de proximidade e conexão com os seus públicos no intuito de ganhar a confiança em questões sociais, culturais, ambientais e organizacionais e as Relações Públicas devem se responsabilizar pela boa gestão desses relacionamentos e da reputação da organização, processo no qual poderá demonstrar inclusive como a sua atividade, por meio da boa gestão dos processos de crises e do gerenciamentos desses ativos de relacionamento, podem estar vinculados diretamente ao ganho econômico da organização.

Crises de imagem e de reputação são cada vez mais comuns. Não só as organizações, como também os produtos e as pessoas estão mais vulneráveis diante do cenário de um mundo globalizado e os processos de auto comunicação de massas (*mass self-communication*) Castells, 2009 (as cited in Van Dijk, 2010). As distâncias estão cada vez menores, as informações cada vez mais acessíveis, e os consumidores, cidadãos e *stakeholders*, cada vez mais seletivos, interativos, conectados e exigentes.

É condição indispensável por parte dos Relações Públicas o monitoramento e a boa gestão dos processos relacionais e comunicativos, oportunidade em que poderão demonstrar inclusive por meio do ganho no valor econômico da organização o seu valor para a organização, o que incorrerá por consequência, na mudança de paradigma por parte dos gestores organizacionais de consentir a comunicação como um investimento e não como uma despesa no seu balanço patrimonial.

Ativos Intangíveis

As práticas de gestão impactam no ciclo de vida das organizações e as organizações precisam compreender a relevância dos seus ativos para a sua *performance* organizacional. Neste sentido, é preciso identificar e qualificar os seus ativos e recursos intangíveis, relacioná-los aos seus indicadores de desempenho e às ações gerenciais de intervenção na garantia de sua sustentação a longo prazo.

A comunicação é parte integrada aos negócios organizacionais, e cientes de que valores como reputação e relacionamento com os públicos estratégicos tem sido cada mais valorizados como ativos intangíveis, os profissionais de Relações Públicas devem consubstanciar suas decisões nos processos relacionais e comunicacionais sempre de forma estratégica e integrada.

Segundo (Santos et al., 2006), não há como tratar de ativos intangíveis sem se entender o que são ativos, estudo complexo advindo da Teoria da Contabilidade. “[...] fica claro que os principais atributos de um ativo são o controle dos recursos e a capacidade de proporcionar benefícios futuros para a organização” (Santos. et al., 2006: 03).

(Santos et al., 2006: 03) ressaltam que: “O termo “intangível” vem do latim *tangere* ou do grego *tango* e significa “tocar”. Logo, os bens intangíveis são aqueles que não podem ser tocados, porque não possuem corpo físico”.

A partir da Lei 11.638/07 o Ativo Permanente passa a incorporar uma nova nomenclatura contábil. Desse momento em diante passou-se a se dar maior importância, entre outros itens, aos ativos intangíveis, sendo que a conta de Ágio por conta de expectativa de rentabilidade futura, ou seja, fundo de comércio, conhecido também por Goodwill, agora não será mais registrado na conta de Investimentos: (Da Silva, J O. G., & Pereira, F. F, 2010:11).

Apesar de alguns autores adotarem as suas próprias classificações dos ativos intangíveis (Sveiby,1997; Hill 1999; Stewart, 1999; Boulton, Libert & Samek 2000; Lev, 2001; Barbosa & Gomes, 2002), neste artigo adotamos a taxonomia dos intangíveis proposta por Kayo e Famá (2004: 161), que apresentam a seguinte classificação:

- ativos humanos - conhecimento, talento, capacidade, habilidade e experiência

dos empregados; administração superior ou empregados-chave; treinamento e desenvolvimento, entre outros;

- ativos de inovação - pesquisa e desenvolvimento; patentes, fórmulas secretas, know-how tecnológico, entre outros;

- ativos estruturais - processos, softwares proprietários; bancos de dados, sistemas de informação, sistemas administrativos; inteligência de mercado; canais de mercado, entre outros;

- ativos de relacionamento com públicos estratégicos - marcas, logos, *trademarks*; direitos autorais, contratos com clientes, contratos com fornecedores, contratos de licenciamento, franquias, direitos de exploração mineral, entre outros (grifo nosso).

Segundo esses autores apesar do risco, o bom gerenciamento desses ativos pode ser altamente lucrativo para as organizações:

Lev (2001) acredita que o gerenciamento apropriado dos intangíveis pode fazer com que o alto nível de risco destes ativos se transforme em valor considerável. Stewart (2001) é da mesma opinião, afirmando que a grande questão em relação ao gerenciamento do risco não é eliminá-lo, pois isso acabaria com a recompensa. (Kayo et al., 2006: 84).

Independente das categorizações, as marcas (de produtos ou de organizações) têm sido referenciadas por quase todos os autores pesquisados nas suas classificações, como sendo um ativo intangível capaz de transmitir um amplo leque de significados para os *stakeholders*.

No que tange às marcas, os ativos intangíveis de relacionamento têm sido os mais valorizados, principalmente “Quando esse produto alcança sua fase de maturidade, ativos intangíveis de relacionamento, como a marca, são mais valorizados (Kayo et al., 2006: 87). Marcas incorporam valores e têm identidade, ou seja, personalidade própria e propósito. Mas não é só:

Por sua natureza a marca é um elemento representativo. Objetivamente, ela representa produtos e serviços. Subjetivamente, ela representa também experiências, expectativas e etc., portanto, uma importante parte de sua construção é puramente imagem. Ou seja, sua construção é a interpretação que os públicos fazem de suas experiências e expectativas. (Silva, 2012:14)

A conscientização da uma marca é capaz de levar à fidelidade que por sua vez

aprimora a confiança. A confiança na marca, suscita credibilidade e comprometimento que ajuda a projetar a imagem positiva e que, ao longo do tempo, consolida a sua reputação e “De acordo com o estudo do Economist Intelligence Unit, 75% do valor de mercado da companhia se refere a reputação” ¹(tradução nossa). Em um mundo onde a comunicação é essencial para o relacionamento de uma organização com os seus *stakeholders*:

Praticamente tudo que uma empresa faz reflete-se sobre as marcas que detém: relações com seus funcionários, fornecedores, distribuidores e clientes, com a comunidade onde está localizada, com a cota de responsabilidade social que assume e, é claro, com os consumidores. (Strunck, 2001: 19).

Quando se trata de ativos de relacionamento, não há como não se estabelecer o forte vínculo desse compromisso com a atividade de Relações Públicas, responsável entre outras pela gestão das relações entre as organizações e os seus públicos bem como da reputação da marca/organização.

Descobrimos também nesta longa jornada de investigação que relacionamentos são mais centrais para Excelência em Relações Públicas, do que nós poderíamos ter reconhecido quando o projeto começou em 1985. Relacionamentos são o que tornam as Relações Públicas excelentes. É a principal contribuição que fazemos à organização, mas hoje sabemos como medir relacionamentos baseados no trabalho de vários estudiosos, como Dr. Flora Hung de Hong Kong, que hoje está com a gente. Sabemos exatamente como medir as qualidades de um relacionamento e, especialmente, como distinguir um tipo de relacionamento de outro. (Grunig, J., & Grunig, L; 2010: 02.) (tradução nossa)²

Segundo Grunig, J., & Grunig, L. (2010), pesquisador que desenvolveu a Teoria da Excelência das Relações Públicas, a excelência da atuação dos RP se baseia em oito princípios que: “[...] são genéricos para as diferentes sociedades e culturas, mas

¹ According to a study by the Economist Intelligence Unit, 75 per cent of a company’s market value is linked to its reputation (Bridge, 2015, on line). Recuperado de: <http://www.telegraph.co.uk/business/sme-library/managing-your-business/how-to-survive-a-reputation-crisis/>

² We also had discovered on this long journey of investigation that relationships are more central to excellence in public relations than we might have acknowledged when that project began in 1985. Relationships are what make public relations excellent. That’s the main contribution that we make to the organization, but today we know how to measure relationships based on the work of several scholars, like Dr. Flora Hung from Hong Kong, who is with us today. We know exactly how to measure the qualities of a relationship and especially how to distinguish one type of relationship from another. (Grunig, J., & Grunig, L; 2010: 02.). Recuperado de: <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Third-Grunig-Lecture-October-17-2010-Transcript.pdf>

têm de ser aplicados de forma diferente em diferentes contextos³” (tradução nossa).

Segundo o autor, os oito princípios para o alcance da Excelência em Relações Públicas são: Relações Públicas deve assumir o papel gerencial além do técnico; adotar também a função estratégica ou seja, deve participar das decisões estratégicas da organização; fazer o trabalho de forma integrada aos negócios organizacionais e com os demais setores; atuar com a comunicação simétrica, entendida como bidirecional e que atenda os interesses tanto dos *stakeholders* quanto da organização e promover a responsabilidade social visando a sustentabilidade da organização.

O sexto princípio tem a ver com a questão da diversidade no sentido de que é preciso se preocupar com o papel das mulheres em Relações Públicas e também com outras formas de diversidade. O sétimo princípio reza que Relações Públicas deve ter um papel ético na organização e o último princípio celebra que as ações de Relações Públicas devem sempre levar em conta a visão de mundo a cultura local e organizacional e a prática para aplicar os princípios.

O autor ressalta ainda a grande vinculação das atividades de Relações Públicas para com a gestão dos relacionamentos, ativos intangíveis.

Concluimos que o valor de relações públicas, como Lauri disse, vem através de relacionamentos; que as relações públicas ajudam as organizações a desenvolver relacionamentos com os stakeholders. Posteriormente, acrescentamos a idéia de que, para efeitos de contabilidade, este é um ativo intangível que tenha valor para a organização, mas que o valor de relações públicas vem através de relacionamentos. Bem, então, qual é a melhor maneira para que as organizações cultivem e desenvolvam as relações dentro de suas organizações, com seus stakeholders, com seus públicos? E nós chegamos aqui com o que digo agora são oito princípios. [...] (tradução nossa)⁴

O empoderamento individual e a autonomia comunicativa possibilitado pelo desenvolvimento do social media ou web 2.0, propiciou compartilhamentos, interações, colaboração, cooperação e intercâmbio de informações em tempo real, o que obriga as

³ The principles are generic to different societies and cultures but they have to be applied differently in different settings. (Grunig, J., & Grunig, L; 2010: 07.) Recuperado de: <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Third-Grunig-Lecture-October-17-2010-Transcript.pdf>

⁴ We concluded that the value of public relations, as Lauri said, comes through relationships; that public relations helps organizations develop stakeholder relationships. Later we added the idea that for accounting purposes, this is an intangible asset that has value to the organization but that the value of public relations comes through relationships. Well, then, what is the best way for organizations to cultivate and develop relationships within their organizations -- with their stakeholders, with their publics? And we came up with what I now say are eight principles. (Grunig, J., & Grunig, L; 2010:05.) Recuperado de: <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Third-Grunig-Lecture-October-17-2010-Transcript.pdf>

organizações a investirem na criação de vínculos com os públicos estratégicos, pois as audiências ativas têm exigido maior transparência, pró-atividade, abertura para o diálogo e agilidade no relacionamento e nas práticas comunicativas das organizações.

Castells (2004) assim afirma: “[...] o fato de ser uma comunicação horizontal, de cidadão para cidadão, significa que eu posso criar o meu próprio sistema de comunicação na internet, posso dizer e comunicar o que quiser [...]” (Castells 2004: 285-286).

Diante da nova cultura comunicativa e dos novos padrões de comunicação, a adoção da visão dialógica dos processos comunicativos é imprescindível. A web 2.0 tornou-se um importante ponto de contato entre as marcas e seus stakeholders, e as mídias sociais têm merecido destaque nesse sentido, uma vez que possibilitam de forma direta a criação de conteúdo, interação social, *feedback*, colaboração e compartilhamento de ideias e informações em diversos formatos e conteúdos.

E é justamente por causa dessa democratização da comunicação que as organizações passaram a estar mais expostas e pretensas às crises, que Bueno (2009) assim a define:

A crise é um desdobramento de um risco, conhecido ou não pela corporação. Trata-se de um acontecimento, uma “situação emergencial que ao ser desencadeada, desestrutura a espinha dorsal das organizações podendo assim comprometer sua imagem ou reputação (Bueno, 2009: 138).

Forni (2009) ressalta que o elemento surpresa é sempre uma das características desencadeadora de uma crise organizacional e:

[...]. As crises de imagem - ou crise de reputação constituem um tipo bem particular de crise, diferente de todas as outras que podem atingir líderes ou organizações. Essas crises são potencialmente mais devastadoras porque podem destruir o maior patrimônio de um profissional ou instituição: sua credibilidade. Costumo dizer que as pessoas e empresas não vendem serviços ou produtos. O que se vende todos os dias, no mundo inteiro, é confiança. E quando a confiança que os outros depositam em nós deixa de existir, há uma sentença de morte profissional ou empresarial. (Rosa, 2008: 23 e 24).

No tocante aos processos de gerenciamento de crises organizacionais, a comunicação é um elemento importante em quase todos os esforços de gestão de todos os tipos de crises. Além de vários manuais disponíveis para acesso, e alguns autores (Teixeira, 2013; Rosa, 2008) discorrerem sobre os aspectos técnicos dos planos de

comunicação de crise, (Marra, 1998) (tradução nossa) ressalta a influência que se deve dar às características organizacionais para a condução com sucesso da comunicação durante a crise.

Segundo Marra (1998) (tradução nossa), a cultura da organização é uma variável importante que deverá ser observada e seguida na implantação de ações de comunicação durante a crise. Outra variável relevante segundo o autor é a necessidade da autonomia de tomada de decisões. A falta de autonomia é a grande causa da ocorrência dos atrasos das comunicações das informações durante os processos de crises. Marra alerta que “A capacidade de comunicar de forma rápida e eficaz é claramente um componente importante de uma gestão de crises bem-sucedida e eficaz”⁵. (Marra, 1998: 462) (tradução nossa)

Especificamente no gerenciamento de crises de imagens, a teoria da restauração de imagens de Benoit (1997: 251-267) representa o modelo dominante para a análise de respostas às crises relacionadas com a imagem. Benoit (1997: 251-267) (tradução nossa) descreveu cinco grandes categorias de estratégia que podem ser utilizadas como estratégias de respostas às crises de imagens, algumas das quais apresentam inclusive subcategorias: a negação; responsabilidades de evasão, reduzindo a ofensividade; a ação corretiva e a mortificação.

Para Benoit (1997: 251-267), a estratégia de negação incorre na simples negação do ato ofensivo ou no deslocamento da culpa. Qualquer forma de negação, se aceita pelo público, deve ajudar a restaurar a imagem do acusado caso a acusação seja realmente falsa e seja capaz de ser provada. Ao negar a responsabilidade, o acusado pode optar por transferir a culpa. Essas estratégias devem ser usadas caso o acusado realmente não tenha cometido nenhum ato ofensivo, e por isso não deve ser responsabilizado.

Usando estratégias de evasão de responsabilidade, justifica-se que o ato ofensivo ocorreu em resposta a um ato anterior e que pode ter ocorrido em razão de provocação, defesa, acidente ou ainda por boa intenção. No caso de provocação o seu próprio comportamento pode ser visto como uma reação razoável para essa provocação. No caso de defesa, o acusado deve alegar a falta de informação sobre ou a falta de controle sobre elementos importantes da situação. Se aceito, esta alegação deve reduzir

⁵ The ability to communicate quickly and effectively is clearly an important component of successful and effective crisis management. (Marra, 1998: 462)

a culpa para o ato ofensivo e reparar a reputação danificada.

Uma terceira opção é reivindicar que a ação ofensiva tenha ocorrido por acidente. Segundo Benoit (1997: 251-267), tendemos a responsabilizar as pessoas apenas por fatores que estão sob seu controle. Se o acusado pode mostrar que o ato aconteceu acidentalmente, deve ser responsabilizado menos e os danos para com a sua imagem serão reduzidos. O acusado também pode alegar que o comportamento ofensivo foi feito com boas intenções, como parte da negação. Aqui, o público é convidado a reduzir a causa da responsabilidade do acusado. Aqueles que fazem o mal ao tentar fazer o bem não são geralmente responsabilizados, como aqueles que pretendem fazer mal.

No caso de se optar por adotar a estratégia de reduzir a ofensividade, essa pode ter seis desdobramentos. Primeiro, pode-se usar o reforço para fortalecer sentimentos positivos do público para com o acusado, compensando os sentimentos negativos em direção ao ato doloso. Uma segunda opção é minimizar os sentimentos negativos associados com o ato faltoso. Em terceiro lugar, o acusado pode empregar a diferenciação, distinguindo o ato executado com outros semelhantes, mas deve evidenciar as ações mais ofensivas. Em comparação, o ato realizado pode parecer menos ofensivo. Em quarto lugar, pode-se empregar a transcendência que é a tentativa de colocar o ato em um contexto mais favorável. Um contexto positivo pode diminuir a ofensividade do ato.

Em quinto lugar, os acusados podem optar por atacar os seus acusadores. Se o acusado reduz a credibilidade da fonte das alegações, danos à imagem podem ser limitados. Em compensação, o acusado deve oferecer ajuda para reembolsar a vítima na intenção de atenuar o sentimento negativo decorrente. Se a compensação parecer ser aceitável para o público, a imagem do acusado deve ser melhorada.

Pode-se ainda, diante de uma crise de imagem, partir para estratégias das ações corretivas ou também de mortificação. A ação corretiva promete reparar o problema, o que inclui restaurar a situação existente antes da ação ofensiva e/ou prometendo ações reparadoras para evitar a reincidência do ato ofensivo. (Benoit 1997: 254 apud Goffman 1971) “trata isso como um componente de um pedido de desculpas, embora possa ocorrer sem um”. Uma vontade de corrigir e/ou prevenir o problema pode ajudar a restaurar a imagem do acusado.

Na mortificação, a estratégia é confessar e admitir a culpa e pedir perdão evidenciando o arrependimento expresso. Se o público acredita que o pedido de desculpas é sincero, eles podem perdoar o ato faltoso.

A democratização da comunicação

Obedecendo a lógica do espalhamento (Jenkins, Ford & Green, 2013), o usuário “é reconhecido como o principal potencializador e propagador da mensagem para outros grupos de pessoas. São mensagens baseadas em experiências e formulações de opiniões projetadas para causarem reações” (Saad, 2009: 180)

O uso do humor tem sido uma opção dos usuários das redes sociais diante de diversas situações pelo seu alto potencial de visibilidade. No ambiente virtual, os memes “são entendidos como ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral” (Fontanella, 2009: 8), caracterizados a partir de determinados aspectos sociais, culturais, temporais, espaciais, etc.

Em 1976, o etólogo Richard Dawkins cria o termo meme que “Na definição original de Dawkins, memes são ideias que se propagam pela sociedade (nossas redes sociais) e sustentam determinados ritos ou padrões culturais”. Após a internet, o conceito de meme foi resignificado (Chagas, 2014, s/p). De tal forma, chega-se próximo a afirmação de que a replicação de memes implica em alguma forma de reprodução social (Bourdieu) ou imitação (Gabriel Tarde).

O Caso Friboi

Como parte da Operação Lavajato, a Operação Carne Fraca foi deflagrada pela Polícia Federal brasileira, na manhã do dia 17 de março de 2017, em desfavor das empresas BRF; JBS e de outros 19 frigoríficos brasileiros o que abalou o mercado internacional de proteína animal. A BRF é a responsável pelas marcas Sadia e Perdigão e a JBS, pelas marcas Seara e Friboi. A BRF está sendo investigada por corrupção, embaraço de fiscalização internacional e nacional, e pela tentativa de evitar suspensão de exportação e a JBS foi citada por irregularidades no procedimento de emissão de

certificação sanitária.

A JBS empresa sob o comando dos irmãos Wesley e Joesley Batista, apurou em 2016 uma receita de R\$ 170,3 bilhões e a BRF faturou R\$ 33,7 bilhões no período. Os investimentos milionários em marketing e publicidade também foram um fator essencial para a obtenção desses resultados.

Em 2015, a JBS foi a 17ª maior anunciante do Brasil.⁶ Segundo ranking do Kantar Ibope Media, relativo a 2015, a Friboi investiu mais de R\$ 800 milhões na compra de espaço publicitário. Em matéria de publicidade, a oferta de produtos de confiança sempre foi o fio condutor das campanhas da marca, o que ajudou a consolidar a força Friboi junto aos consumidores.

A marca Friboi (JBS), foi um exemplo de marca que conseguiu transformar uma commodity (proteína animal) em uma marca reconhecida: “É um mercado muito poderoso para não ter marca”, completa Marcio Oliveira, Presidente da Lew’Lara/TBWA” (Meio & Mensagem, 2015: on line).

Segundo Meio & Mensagem (2015: on line), a primeira campanha publicitária desenvolvida para a Friboi foi criada pela Fischer&Friends em 2011 e veiculada somente em São Paulo para testar a aceitação do consumidor. Foi a primeira vez na história da propaganda brasileira e da indústria frigorífica que uma marca de carne bovina aparecia na TV para se apresentar e falar claramente em “garantia de origem” e “rigoroso controle de qualidade”.

Como informa a gerente de marketing, era necessário resignificar a categoria, e isso só seria possível criando uma “mudança cultural”. Ou seja, era preciso gerar repertório para que o consumidor, ao comprar carne, pensasse em marca e tivesse Friboi como referência” (Meio & Mensagem, 2015: on line).

Com um novo logotipo, a marca apresentou etiqueta com QR code, que permite rastrear a origem daquele produto, “reforçando a preocupação da empresa com segurança alimentar.” (Meio & Mensagem, 2015: on line).

Se por um lado definia-se a mensagem – “popular e didática, simples sem ser simplória e com alto poder mobilizador”, como explica Oliveira –, por outro procurava-se o garoto-propaganda, o

⁶ Recuperado de: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/07/gastos-com-publicidade-no-brasil-crescem-08-no-1-semester.html>

porta-voz, uma celebridade com forte conexão junto ao público. “Queríamos alguém que fosse próximo e querido do povo, que inspirasse confiança, mas que não tivesse a imagem desgastada na publicidade – até porque nosso nível de frequência seria alto. Tony Ramos foi o nome perfeito”, comenta Maria Eugênia Rocha. “Peça Friboi. Carne confiável tem nome” – a mensagem simples e contundente na voz de uma personalidade credível e adorada como Tony Ramos surtiu efeito de fato. (Meio & Mensagem, 2015: on line)

Figura 01 – Material publicitário Friboi



Figura 02 - Material publicitário Friboi



Fonte: <http://marcas.meioemensagem.com.br/friboi/>

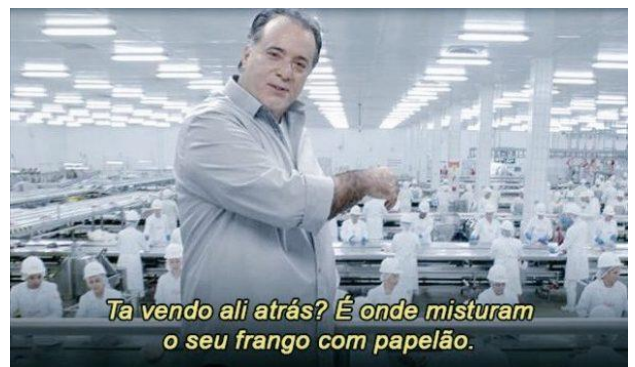
Fonte: <http://marcas.meioemensagem.com.br/friboi/>

Figura 03 – Meme inspirado na campanha Friboi



Fonte: <https://publicitantes.com.br/tony-ramos-vira-meme-em-campanha-da-friboi/>

Figura 04 – Meme inspirado na campanha Friboi



Fonte: <https://me.me/t/frango-com-papelao?s=new>

É muito comum no Brasil que as crises venham acompanhadas de representação de Memes. Os usuários das redes sociais reagiram com uma série de memes a respeito das investigações da Operação Carne Fraca, fazendo trocadilhos e piadas até com o ator Tony Ramos, protagonista dos comerciais da Friboi.

Em razão de informações divulgadas nas redes sociais e na grande imprensa de pagamento de propinas e envolvimento de agentes públicos para que produtos irregulares da Friboi fossem vendidos, vários memes retrataram essa realidade.

Diante de notícias sobre suspeitas de reembalagem de carne vencida, excesso de água nos produtos, a inobservância da temperatura adequada das câmaras frigoríficas e até uso de papelão para compor os produtos, os memes choveram na internet:

Figura 05 - Meme inspirado na campanha Friboi



Fonte: <https://pt.linkedin.com/pulse/crise-friboi-opera%C3%A7%C3%A3o-carne-fracas-e-suas-implica%C3%A7%C3%B5es-mercado-cardoso>

Figura 06 - Meme inspirado na campanha Friboi



Fonte: <http://adnews.com.br/social-media/web-trolla-campanhas-das-marcas-expostas-na-operacao-carne-fracas.html>

Figura 07 - Meme inspirado na campanha Friboi

Figura 08 - Meme inspirado na campanha Friboi



Fonte: <https://pt.linkedin.com/pulse/crise-friboi-opera%C3%A7%C3%A3o-carne-frac-a-e-suas-implica%C3%A7%C3%B5es-mercado-cardoso>

Fonte: <https://pt.linkedin.com/pulse/crise-friboi-opera%C3%A7%C3%A3o-carne-frac-a-e-suas-implica%C3%A7%C3%B5es-mercado-cardoso>

Ao ser procurado para se pronunciar sobre Operação Carne Fraca, Tony Ramos em entrevista ao Ego “disse estar surpreso com a notícia da comercialização de produtos impróprios para o consumo”. O ator ressaltou que é, apenas, contratado pela empresa de publicidade e não possui contato com a JBS, e finaliza a entrevista reafirmando: “Não sei se faria novamente (as propagandas). Se eles forem inocentados dos erros que estão sendo acusados, eu faria”, completou.

Ações adotadas pela JBS no gerenciamento da crise

Assim como visto, o elemento surpresa foi fator desencadeador da crise e isso ficou bem evidenciado no caso estudado. Ana Luisa de Castro Almeida, presidente da Reputation Institute Brasil, que presta consultoria de imagem a grandes empresas ressaltou que “As empresas foram pegas de surpresa”, e que “O escândalo afeta diretamente a confiança que construíram com o consumidor”. (Cilo & Drsa, 2017: on line).

A BRF, agiu de forma rápida, montou um comitê de gestão de crise e um plano de ação em 20 minutos.

Convocaram os principais criativos da agência de publicidade DM9, os diretores da agência de relações públicas Loures Comunicação, dos três escritórios de advocacia que dão suporte jurídico à empresa e chamaram, a toque de caixa, os mais experientes diretores e funcionários de alto escalão da BRF. Por isso, logo depois da criação do comitê, foi colocada no ar uma página na internet (<https://www.brf-global.com/brasil/portasabertas/>), com uma extensa carta de esclarecimento sobre o escândalo. (Cilo & Drsa, 2017: on line,)

Atuou nas redes sociais respondendo comentários, montou uma estrutura própria para atender a imprensa brasileira e internacional e funcionários da BRF foram escalados pela cúpula para entrarem em contato com fornecedores, clientes e investidores.

A JBS, dona da marca Friboi, agiu diante da crise de forma diferente. O elemento surpresa foi fator observado também na JBS. “Num primeiro momento, eles ficaram totalmente perdidos, como um cachorro no dia da mudança”, afirma uma fonte do setor, próxima à JBS, referindo-se às reações nas salas do alto escalão da companhia”. (Cilo & Drsa, 2017: on line)

No entanto, o grupo JBS não montou um comitê de gestão de crises e nenhum grupo foi direcionado para tratar exclusivamente da operação. A questão ficou sob a responsabilidade da área de compliance da companhia, com o apoio de subcomitês de outras áreas de negócio.

Diante da crise e da sua repercussão, algumas medidas foram adotadas. No dia da deflagração da Operação Carne Fraca, a JBS e a BRF divulgaram comunicados e anúncios na mídia reforçando o compromisso com a qualidade e no dia 24 de março a empresa fez um Pronunciamento Oficial⁹, reforçando o compromisso com qualidade. Nos dias seguintes, outros vídeos mais elaborados mostravam funcionários da BRF consumindo os seus produtos e pessoas da JBS demonstrando orgulho de trabalhar na companhia.

Diante das alegações e da repercussão da notícia divulgada pela Polícia Federal, os impactos foram refletidos na marca imediatamente após a deflagração da crise. Em razão de embargos impostos por países como União Europeia, China e Hong Kong, a JBS suspendeu, a partir do dia 23 por três dias, a produção de carne bovina em 33 das 36 unidades que mantém no Brasil. E operou naquela semana com uma redução de 35% de sua capacidade produtiva em todas as suas unidades.

⁹ **Fonte:** <https://blog.bovcontrol.com/pronunciamento-oficial-jbs.html>

Como reflexo imediato, os papéis da JBS fecharam a sexta-feira 17, dia da deflagração da Carne Fraca, com uma desvalorização de 10,59%. A JBS saiu de R\$ 32,6 bilhões para R\$ 29,1 bilhões,

No presente momento, em que este trabalho está sendo realizado, a JBS passa por outra crise em razão de oferecimentos de propina para financiamento de campanhas políticas.

Considerações Analíticas

No estudo de caso evidenciado percebe-se alguns aspectos relativos a má gestão da crise e que pode contribuir para um desgaste de imagem ainda maior da empresa perante os seus públicos.

Notícias que colocavam em xeque a qualidade de seus produtos, item básico de mensuração de qualidade da empresa JBS prejudicaram diretamente a marca que se posicionou em todas as suas campanhas ligadas às questões como confiança e credibilidade. Ademais, em crises de imagem má gerenciadas, geram fatores relacionados justamente de fatores com a perda de credibilidade e de confiança, abalos na reputação, diminuição de lucros, demissões, processos judiciais, exposição excessiva negativa na mídia e até o encerramento de suas atividades.

Ficou evidente que nem a BRF e nem a JBS dispunham de um simples e básico Manual de Gerenciamento de Crises. Diante disso, a JBS falhou em não criar um comitê de gerenciamento de crise para se dedicar única e exclusivamente ao caso. As organizações precisam se assegurar que estão preparadas para enfrentar as crises organizacionais já que não se têm mais o controle da maneira como as suas atitudes e discursos serão interpretados pelos receptores e isso pode ser um fator desencadeador de mais prejuízos. Essa atitude gerou a demora reacional e por consequência, as comunicações oficiais foram divulgadas tardiamente mesmo quando não se sabia ao certo a plausibilidade da comunicação divulgada primeiramente pela Polícia Federal, que ressalta-se, errou também.

Normalmente em crises é preciso nomear um porta-voz que fala (representa) a empresa. No caso da JBS, isso não correu, o que poderia ter sido estrategicamente usado principalmente se tivesse nomeado o próprio garoto-propaganda da marca para

defendê-la. (Bittencourt et al, apud Recuero, 2009), “as celebridades funcionam como conectores podendo conferir validade a ações com fins filantrópicos ou mercadológicos” Ademais:

One Voice (Uma só Voz) – Em crises deste naipe é preciso eleger uma só voz (one voice, no jargão americano). Um rosto, uma cara. Alguém que vá a público esclarecer tudo o que preciso e com a mais profunda transparência. Os demais, segundo os manuais de comunicação corporativa, calam-se. É assim no mundo todo.

Na ausência dessa “voz” e a comunicação reacional feita por comunicados, abre-se o flanco para qualquer tipo de informação de analistas e consultores. O raciocínio é lógico: se a Polícia Federal fala e a empresa se comunica tardiamente com notas oficiais, há um óbvio descompasso informativo desfavorável às empresas. (Dias, 2017, on line)

O fato da JBS ter investido desde 2011 grandes montantes em publicidade e ter vinculado sempre à marca a figura de celebridades, pode ter prejudicado muito a imagem da marca diante da crise. No imaginário coletivo, figuras como Tony Ramos e Roberto Carlos representam a marca. A falta de estratégia para lidar com esses atores sociais gerou grande repercussão negativa principalmente diante de entrevista dada por Tony Ramos na grande imprensa.

No tocante ao gerenciamento da crise nas mídias sociais, por causa da comunicação tardia oficial, o efeito nas redes sociais cumpriu o que determina o conceito do espalhamento, e os memes se espalharam e viralizaram rapidamente. A equipe de comunicação de crise poderia ter usado melhor os canais como o Facebook, Instagram entre outros para se comunicar “além do óbvio” como a empresa fez. Segundo (Dias, 2017: on line) A adoção por parte da empresa de publicação de comunicados e notas oficiais em mídias pagas de TV aberta e jornais e revista e que foram completamente insuficientes para o esclarecimento público diante da gravidade do caso e o descompasso de informações inclusive por meio de fontes credíveis como a própria Polícia Federal. Faltou ação, faltou atitude e faltou principalmente transparência. Em períodos de crise, é primordial ter uma equipe predisposta ao diálogo, pró-ativa e com capacidade para a absorção de críticas. Além disso, a agilidade no tempo de resposta é outra variável a ser considerada.

Em relação ao público interno, ficou clara a fragilidade no tocante ao processo de gestão de pessoas da JBS. No caso Friboi, a JBS foi citada na figura do médico veterinário Flávio Evers Cassou, funcionário da Seara, no envolvimento do esquema de

um esquema com fiscais do Ministério para a emissão irregular de certificados de liberação de produtos e cargas da companhia. Em troca, os fiscais em questão recebiam caixas com alimentos da empresa e pagamentos em dinheiro pela facilitação no processo. Nenhuma ação foi tomada no sentido de esclarecer, desculpar ou atuar conforme visto acima nas estratégias de respostas para crises de imagem: a negação; responsabilidades de evasão, reduzindo a ofensividade; a ação corretiva e a mortificação

Comunicação, cultura organizacional e relacionamentos são determinantes para a criação e gestão de marcas e de organizações fortes. Tanto a organização quanto a marca devem cumprir as promessas feitas e a comunicação organizacional deve transmitir os valores da organização e da marca de forma clara, consistente e com coerência.

Assim, fatores como familiaridade, consistência, coerência, agilidade, objetividade, transparência e autenticidade são objetivos estratégicos da comunicação. Em tempos de democratização da comunicação e de vulnerabilidades organizacionais nas redes sociais deverão ser priorizados na comunicação: o engajamento, a relevância, a interação, a personalização, a comunidade, a facilidade de uso e de disseminação.

Referências Bibliográficas:

Anderson, C (2006). *A cauda longa*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier.

Anônimo (2015) Friboi: do anonimato ao mercado global, in *Jornal Meio & Mensagem*. **Recuperado de:** http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2015/08/04/friboi-simplicidade-e-pioneirismo.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mmbymail-geral&utm_content=Friboi--simplicidade-e-pioneirismo. Acedido em 22 de maio de 2017.

Barbosa, J. G. P., & Gomes, J. S. (2002). Um estudo exploratório do controle gerencial de ativos e recursos intangíveis em empresas brasileiras, in *Revista de Administração Contemporânea*, 6(2), 29-48. **Recuperado de:** http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000200004&script=sci_arttext&tlng=pt. Acedido em 10 de maio de 2017.

Beuren, I. M., & Pereira, A. M. (2013). Análise de artigos que relacionam ciclo de vida organizacional com controles de gestão, in *RAI Revista de Administração e Inovação*, 10(2), 123-143. **Recuperado de:** <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S180920391630242X>. Acedido em 22 de abril de 2017.

Benoit. W. L. (1997) *Hugh Grant's image restoration discourse: An actor apologizes*, *Communication Quarterly*, 45:3, 251-267, DOI: 10.1080/01463379709370064

Bittencourt, M. C. A; Gonzatti, C., Henn, R., & Viero, F. (2015). O Desafio do Balde de Gelo como cibercontecimento: celebridades como vetores-chave de espalhamento e apropriações, in *Fronteiras-estudos midiáticos*, 17(1), 77-90.

Boulton, R., Libert, B., & Samek, S. M. (2000). *Cracking the Value Code: How successful businesses are creating wealth in the New Economy*. New York, NY: HarperBusiness.

Bridge, R. (2015). *How to survive a reputation crisis*, in The Telegraph Journal. **Recuperado de:** <http://www.telegraph.co.uk/business/sme-library/managing-your-business/how-to-survive-a-reputation-crisis/>. Acedido em 10 de março de 2017.

Bueno, W. D. C. (2009). *Comunicação empresarial: políticas e estratégias*. Saraiva.

Castells, M. (2004) *Internet e sociedade em rede*, in: Moraes, Denis de (Org.). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record.

Capozoli, R. (2015). Na hora da compra, cliente quer tratamento especial, in *Jornal Valor Econômico – Empresas*. Recuperado de: <http://www.valor.com.br/empresas/4043244/na-hora-da-compra-cliente-quer-tratamento-especial>. Acedido em: Acedido em 24 de março de 2017.

Chagas, V. (s.d.). *O que são memes?* Recuperado de: <http://www.museudememes.com.br/o-que-sao-memes/>. Acedido em 25 de maio de 2017.

Cilo, H; Drska, M. O contra-ataque de BRF e JBS. *Isto é Dinheiro – Negócios*. 24.03.17 - 19h00. Recuperado de: <http://www.istoedinheiro.com.br/o-contra-ataque-de-brf-e-jbs/>. Acedido em:12 de fevereiro de 2017.

Correa, E.S. (2008) Comunicação Digital e seus usos institucionais, in: *Kunsch, M. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas*. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 167 – 184.

Da Silva, J O. G., & Pereira, F. F. (2015). Ativos Intangíveis: pode-se avaliar Goodwill e Capital Intelectual?, in *Revista de Ciências Gerenciais*, 14(20). Disponível em: <http://www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/rcger/article/view/2257>. Acedido em:13 de março de 2017

Dias, Carlos.O que aprender com a gestão da crise da carne. *Revista Isto é dinheiro*. Recuperado de: <http://www.istoedinheiro.com.br/o-que-aprender-com-gestao-da-crise-da-carne/> Acedido em 22 de abril de 2017

Fontanella, F. (2009). O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. *III Simpósio Nacional ABCiber-Dias*, 16, 17.

Friboi: Simplicidade e pioneirismo. A marca que a propaganda ajudou a construir num cenário de comodities. Meio & Mensagem. Recuperado de: <http://marcas.meioemensagem.com.br/friboi/> Acedido em 22 de maio de 2017

Do Vale, N.; Araújo R. (2015) Gerenciamento de Crise Online na Campanha “#Artenacaixa” Do Oh My Dog, in *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ*. Recuperado de: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0062-1.pdf>. Acedido em:12 de fevereiro de 2017.

Erik, S. K. A. R. L. (1997). The intangible assets monitor, in *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 2(1), 73-97. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/eb029036>. Acedido em: 20 de fevereiro de 2017

Gu, F., & Lev, B. (2001). *Markets in intangibles: Patent licensing*. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=275948. Acedido em: 15 de março de 2017.

Grunig, J., & Grunig, L. (2010). Public relations excellence, in *The Third Annual Grunig Lecture Series. Public Relations Society of America [PRSA] Conference*, Washington DC, Recuperado de http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Third_Grunig_Lecture_Transcript.pdf. Acedido em: 20 de maio de 2017.

Forni, João José. *Na crise, melhor prevenir do que remediar*. Recuperado de: <<http://jfori.jor.br/forni/files/Na%20crise,%20melhor%20prevenir%20do%20que%20remediar.pdf>>. Acedido em: 30 de maio de 2017.

Hill, P. (1999). Tangibles, intangibles and services: a new taxonomy for the classification of output. *The Canadian journal of economics/Revue canadienne d'Economique*, 32(2), 426-446. Disponível em: http://www.jstor.org/stable/136430?seq=1#page_scan_tab_contents. Acedido em: 15 de maio de 2017.

Jenkins, Henry; Ford, Sam; Green, Joshua. *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press, 2013.

Kayo, E. Kazuo, K., Herbert, M., Diógenes, M. L. & Nakamura, W. T. (2006). Ativos intangíveis, ciclo de vida e criação de valor. *Revista de Administração Contemporânea*, 10(3), 73-90. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552006000300005>. Acedido em: 15 de maio de 2017.

Kayo, E. K., Teh, C. C., & Basso, L. F. C. (2006). Intangible assets and capital structure: the influence of trademarks and patents on the leverage. *Revista de Administração*, 41(2), 158-168. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0080-21072006000200004>. Acedido em: 24 de maio de 2017.

Marra, F. J. (1998). Crisis communication plans: Poor predictors of excellent crisis public relations. *Public Relations Review*, 24(4), 461-474.

Milone, M. C. D. M. (2004). *Cálculo do valor de ativos intangíveis: uma metodologia alternativa para a mensuração do valor de marcas* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo). Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-27122005-214349/en.php>. Acedido em: 30 de maio de 2017.

Milone, M. C. de M. (2004) *Cálculo do valor de ativos intangíveis: uma metodologia alternativa para a mensuração do valor de marcas*. São Paulo. 124 f.

Oliveira, I. A. D. V. D. (2015). *As informações sobre ativos intangíveis nos relatórios da Vale-2013: um estudo exploratório*. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/794>. Acedido em: 15 de abril de 2017.

Rosa, Mário. A era do escândalo: lições, relatos e bastidores. 4ª ed. São Paulo: Geração Editorial, 2008.

Saad Corrêa, E. *Estratégias para a mídia digital. Internet, informação e comunicação*. 1. ed. São Paulo: SENAC, 2003. Vol. 1.

dos Santos, J. L., Gomes, J. M. M., Fernandes, L. A., Pinheiro, P. R., & Schmidt, P. Ativos Intangíveis: Fonte de Vantagem Competitiva. *ConTexto*, 6(10).

Silva, B. R. da. (2012) *A Marca no Centro da Gestão Corporativa: a valoração dos intangíveis*. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-beatriz-a-marca-no-centro-da-gestao-corporativa.pdf>. Acedido em: 10 de fevereiro de 2017.

Strunck, Gilberto Luiz. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

Teixeira, P. B. (2013). *Caiu na rede. E agora? Gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais*. São Paulo: Évora.

Van Dijk, J. A. G. M. (2010). Review of Manuel Castells (2009) Communication power. *Communications, the European Journal of Communication*.

POSTER

TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO: A NARRATIVA TELEJORNALÍSTICA NAS MULTITELAS

Leandra Eloy Ribeiro
BARROS Janaína Cristina
Marques CAPOBIANCO
leandrae.ribeiro@gmail.com
janacapobianco@gmail.com

RESUMO

O jornalismo passa atualmente por mudanças nos processos de produção, distribuição e recepção dos conteúdos com a emergência de novas possibilidades proporcionadas pelas tecnologias, como a web e as redes sociais. Tem-se em circulação, uma pluralidade de narrativas, nas diferentes plataformas midiáticas, dos sites alternativos aos grandes grupos de comunicação, notícias transmitidas por meio das mídias sociais, YouTube, blogs, dentre outros. Ou seja, novos falantes no contexto do jornalismo que descentralizaram a produção de conteúdo e tomaram grandes proporções de público com diferentes modos de fazer e dar a notícia e impulsionaram o jornalismo tradicional, em particular o telejornalismo, na busca de reinvenções e novos formatos e possibilidades para seus conteúdos. O telejornalismo se reinventa, presente em outras telas, como smartphones, desktops, notebooks e tablets, com uma narrativa distinta.

Palavras-chave: Conteúdos Digitais; Telejornalismo; Redes Sociais; Tecnologias; Diálogos Midiáticos.

ABSTRACT

The journalism lives, nowadays, in continuing changing in the process of production, distribution and reception of contents with the emergency of new possibilities provided by the technologies, like web and social networks. There are in circulation a plurality of narratives, in the different media platforms, in the alternative sites and the big communication groups too, news transmitted by the social media, YouTube, blogs, and others. Therefore, new speakers in the context of the journalism that decentralizes the production of content and gets big proportion of public with different way of do and distribute the news and boosted the traditional journalism, in particular the telejournalism, in the search of reinventions and new kind and possibilities to their contents. The telejournalism reinvented itself, being in another screens, like smartphones, desktops, notebooks and tablets, with a distinct narrative.

Keywords: Digital Contents; Telejournalism; social networks; Technologies; Media Dialogues.

PROBLEMA DE PESQUISA

A sociedade atual passou por diversas transformações para ‘oferecer’ aquilo que temos à disposição atualmente. A revolução do mundo, dentro de um contexto de guerras, eras, anos, tribos e, porque não, diferentes formas de tecnologias, potencializaram a transformação em âmbito geral da sociedade e suas formas de interação. Assim como Del Bianco (2004) muito bem defendeu, a tecnologia não tem e também não possui caráter mágico ou sobrenatural. Representando tudo isso e sendo construído por todos esses fatores está também o jornalismo. Ao passar por transformações, a sociedade viu nascer diferentes meios de comunicação, que interferiram na forma de se relacionar entre os indivíduos e dos indivíduos com o meio.

“Devemos nos conscientizar de que o desenvolvimento de novos meios de comunicação não consiste simplesmente na instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos cujas relações sociais básicas permanecem intactas. Mais do que isso, o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais”. (THOMPSON, 2009, p. 77).

Novas formas de interações sociais demandam também ferramentas e técnicas para que elas tenham funcionalidade. O telejornalismo, um dos segmentos mais tradicionais do jornalismo, envolve uma tecnologia de áudio e vídeo, enquanto o webjornalismo é um segmento do jornalismo tradicional, que nasceu de toda a transformação tecnológica pós televisão. Mais do que isso, ele envolve interações diversas.

Thompson (2009) enumerou três formas de interação do ser humano em uma década que a tecnologia associada a web/webjornalismo ainda não estava no pé que a temos hoje. Ele chamava de interação face a face aquela que exige que os indivíduos ocupem o mesmo tempo e espaço, em um contato direto. Outra forma de interação descrita por ele foi a mediada, que não exige co-presença, no entanto demanda meios, como um aparelho de telefone, o envio de uma carta. E por último, dentro de sua classificação, temos a interação quase mediada, que são estabelecidas com os meios de comunicação de massa, como a televisão.

Dentro de uma perspectiva de crescimento inestimável da tecnologia da

internet, bem como de seus aparatos técnicos (computadores, processadores, Windows, etc) Thompson não pensou especificamente em que interação ela se encaixaria.

“Muitas interações que se desenvolvem no fluxo da vida diária podem envolver uma mistura de diferentes formas de interação – elas têm, em outras palavras, um caráter híbrido”. (THOMPSON, 2009, p. 81).

No entanto, mesmo dentro de um veículo considerado plural, alguns já consideravam a segmentação. Nelson Hoineff (1996) acredita que, em uma sociedade pluralista e com diferentes níveis sociais, culturais e econômicos, como é o caso do Brasil, a televisão ideal está longe de ser aquela que produz conteúdos genéricos e superficiais com o objetivo de agradar um número maior de pessoas. Mas vamos levar em consideração aqui que a televisão era nas décadas de 60, 70 e 80 uma das poucas mídias da época e que influenciavam nos níveis sociais, culturais e econômicos.

Vale também citar que na obra *A sociedade em rede*, traduzida por Roneide Venancio Majer, Castells (2000) considera a televisão não como um objeto isolado, mas com o surgimento do vídeo cassete, o processo de segmentação tornou-se mais notável. Com esse aparelho acoplado na televisão, os programas televisivos poderiam ser gravados e assistidos a qualquer momento. Mesmo levando em consideração o vídeo cassete e o fato da televisão não ser completamente massiva, até pelo surgimento dos canais de televisão, o mesmo autor considera que a televisão foi por muito tempo um meio carente de interação com o espectador.

Embora tenha avançado neste aspecto, e tenha se aproximado do público, a televisão teve outros empecilhos que a levaram a mudanças nas suas narrativas jornalísticas. Entre outras coisas, o telejornalismo se reinventou e, nos últimos anos, adquiriu características até então não convencionais, com a emergência de novos atores no processo de produção da notícia, bem como novas possibilidades proporcionadas pelas tecnologias, tais como a produção de conteúdo por meio das mídias sociais, como o Facebook e o Twitter, tanto amadora quanto profissionalmente, os sites de jornalismo independente e alternativo – contra hegemônicos ao contextos da grande mídia –, os blogs como iniciativas individuais, e até mesmo os youtubers. Ou seja, maioria desses novos produtores de conteúdo

provenientes da internet. Sant'Anna bem ressalta que entidades, movimentos e grupos sociais, motivados por aspectos políticos, econômicos, tecnológicos e culturais, em um fenômeno que ele chama de Mídia das Fontes, também realizam a coleta, seleção, tratamento, filtragem e difusão da informação.

Esta pesquisa discute os movimentos dos telejornais frente à expansão nas possibilidades de produzir conteúdo. Em um cenário de diferentes produtores de notícias, desde não jornalistas, sites de mídia alternativo, etc. até as formas de apresentar este conteúdo televisivo. Especialmente o telejornalismo nas multitelas – tablets, desktop e smartphone – em que todos podem ser fontes e consumidores de informação.

Para investigar o tema, pretende-se trabalhar com dois programas de dois grandes grupos tradicionais e consagrados do jornalismo televisivo nacional: Rede Globo e Bandeirantes. E responder às seguintes indagações:

O telejornalismo incorporou características de outros formatos, com a emergência de novos falantes? O telejornalismo mudou a forma de conversar com o público? Quais as narrativas jornalísticas nas diferentes telas? Em que aspectos elas se diferenciam da narrativa televisiva convencional?

OBJETIVOS

Geral

- O objetivo deste trabalho é investigar como a televisão incorporou em suas narrativas

as interferências deste cenário de mudanças e o que os telejornais avançaram do formato convencional e o que reinventaram, a partir destas diversas possibilidades, tanto do surgimento de novas vozes de produção da notícia quanto de modos de fazê-la e distribuí-la.

Específicos

- Observar a produção de conteúdo e os formatos de narrativas utilizados por dois telejornais em curso;

- Perceber como a rotina de produção e apresentação de conteúdo foi impactada pelo uso das redes sociais;

- Perceber como os telejornais utilizam as tecnologias das multitelas –

smartphones, tablets, desktops e notebooks - na rotina de produção e apresentação de conteúdo.

JUSTIFICATIVA

O interesse na realização deste estudo é resultado da minha história pessoal com a televisão, enquanto telespectadora, e da minha trajetória profissional pela produção e apresentação de reportagens em telejornais de Mato Grosso.

Desde criança, até por volta dos meus 15 anos de idade, a televisão teve papel de centralidade na vida da minha família. Todas as nossas ações tinham essa perspectiva analógica. O Bom Dia Mato Grosso passava enquanto tomávamos café da manhã e eu ia para a escola, ao passo que na hora do almoço, após o término da aula, estava passando o Jornal Hoje. E, no caso de estar passando algum desenho animado, existiam duas possibilidades, a aula havia terminado mais cedo que o habitual, ou era semana de prova, e podíamos sair da escola mais cedo e retornar para casa.

Depois do Vale a Pena Ver de Novo, eu não esperava minha mãe falar nada e seguia para meu quarto para uma rotina de estudos. Esse período invariavelmente terminava após a Novela das Seis, quando começava a segunda edição do jornal local, o RMTTV 2ª edição. Com o término do noticiário, era hora de tomar banho. E o jantar era servido na hora do Jornal Nacional. Após a Novela das Oito, minha irmã e eu despedíamos-nos dos meus pais, pois era hora de ir para a cama.

Não bastasse a noção de tempo e a contagem das horas do dia, novelas, desenhos e jornais, especialmente, eram os companheiros de uma “família analógica”. Nos reunia na frente da televisão e nos proporcionava muitas discussões e reflexões. Uma rotina semelhante à maioria das famílias nos anos 90. No entanto, ainda em 2005, momento de ampla expansão do acesso à internet nas casas brasileiras – segundo o IBGE 20,9% da população, totalizando 31,9 milhões, tinham acesso à internet –, minha família, tanto por questões morais quanto financeiras, persistia nesse modelo. E, somente no ano seguinte, quando eu tinha 15 anos, passamos a acessar a internet, inicialmente pelo sistema de discagem e posteriormente por meio do sistema Banda Larga, o mais veloz disponível naquela época.

Ainda na graduação, com 19 anos, comecei a atuar como repórter de rua na TV

Rondon – extinta SBT em Mato Grosso, com matéria de cidades e cotidiano. O formato, ainda robusto do texto telejornalístico, com passagens, offs e sonoras, estava em um processo de readaptação. Muito diferente do que vivenciei nos telejornais locais Bom Dia Mato Grosso, MTTV 1ª Edição e MTTV 2ª Edição da TV Centro América, afiliada da Rede Globo, no anos seguintes, em que fui produtora e apresentadora da previsão do tempo, com uma linguagem dentro do estúdio menos formal, uso das redes sociais e aplicativos tanto na apuração das matérias quanto na apresentação delas ao vivo, no entanto, ainda tímido.

Como jornalista, atualmente atuando no campo da assessoria de imprensa (Texto Contexto Comunicação), em uma equipe multidisciplinar, composta por jornalistas, publicitários, web designers e programadores, no atendimento a clientes de algumas áreas, ainda me interesso pela convergência e apropriações das mídias, e diante da minha experiência em mídias sociais, vejo o uso dessas redes na televisão, bem como a televisão nas multitelas, a exemplo da Globo, com o recente lançamento da Globo Play, em outubro de 2015.

Com amplo envolvimento na produção de conteúdo para as mídias sociais, visualizo uma aproximação com os formatos e a rotina da televisão, no sentido de que a produção de conteúdo da fonte, no caso a assessoria de imprensa que vivencio, também precisa de produção diária e factualidade no sentido de se aproximar daquilo que o público quer saber. Embora trabalhar na fonte tenha sua divergência com o jornalismo diário, a assessoria tem pernas para ser seu próximo disseminador de conteúdo. Da mesma forma, a televisão invade diferentes telas para aproximar-se do público. No final, somos todos atores de um mesmo campo, o da produção jornalística.

HIPÓTESES

- Preliminarmente é possível observar que os telejornais tornaram-se mais abertos à produção de conteúdos interativos, com uma linguagem menos formal e mais opinativa. Percebe-se uma tentativa de aproximação do público, valendo-se das benesses da interação propiciada pelas redes sociais, no entanto, sem alterações na linha editorial, ainda sisuda e pautada pelos interesses dos grandes monopólios nacionais.

REVISÃO DA LITERATURA

Ainda hoje, nas pesquisas recentes sobre as alterações no modo de fazer jornalismo na televisão, Cadorin, citando Ferraz (2009), destacou a interatividade “como um dos pontos de maior impacto com a ascensão da TV digital”. Segundo ele, já nesse período houve uma alteração na forma de pensar a estrutura do processo comunicativo emissor/mensagem/receptor. Materiais produzidos pelo público, e chegados à emissora por meio do processo de interação, passam a compor os telejornais.

“se cada vez mais pessoas têm acesso a equipamentos para gravação em áudio e vídeo – simples aparelhos celulares, por exemplo – a tendência é haver um aumento na produção de imagens. E ainda que essas imagens não tenham a qualidade técnica profissional, se relevantes sob o ponto de vista da notícia, poderão entrar num telejornal.”. (CADORIN, 2014, p. 5).

Em seu estudo, Scoralick (2013, p.8)) também apontou as transformações no modo de fazer telejornalismo com a implantação da TV digital. Ela também destaca a mudança na unilateralidade do processo comunicativo, que passa por um processo de bilateralidade, em que “O receptor e o emissor alternarão papéis na geração de informações e irão construir, dentro de um processo de negociação, conteúdos específicos.”

Para Bezerra, Nicolau e Virginio (2011), as transformações e novas práticas do jornalismo na era das mídias sociais podem ser chamadas de reconfigurações.

“A chegada das mídias digitais possibilitou ao jornalismo o surgimento de novas ferramentas para a produção e a edição jornalística, levando à adaptação de determinadas funções e práticas para o cibermeio, além de possibilitar uma maior interatividade entre os produtores e os consumidores de notícias.”. (BEZERRA; NICOLAU; VIRGINIO, 2011, p. 4).

METODOLOGIA

A pesquisa deve utilizar métodos de natureza qualitativa. Pretende-se acompanhar dois programas de dois grandes grupos tradicionais e consagrados do jornalismo televisivo nacional: Rede Globo e Bandeirantes. Observar suas dinâmicas narrativas, interação com o público, uso de aparatos tecnológicos na produção da mensagem, não apenas na televisão, mas em outras plataformas, como a web/redes sociais.

A pesquisa pretende ainda acompanhar a rotina produtiva dessas mídias, no que se refere à elaboração, quando não factual, apuração, produção e execução das pautas e o modo como elas entram no ar (CHAPARRO). O método utilizado deverá ser de rastreamento, tanto por observação direta dos fazeres quanto por dissecação crítica. O método do rastreamento

“o registro descritivo dos fazeres jornalísticos, obtido em alguns casos por meio da observação direta dos diversos momentos da produção, em outros, pela dissecação crítica da reportagem publicada, com a recuperação, por meio de entrevistas, das interveniências dos diversos protagonistas e agentes da ação”. (CHAPARRO, 2007, p. 40).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal; BAESSE, Jurema Maria de Souza. **Gêneros Opinativos e internet: mais espaço para o leitor**. Intercom - XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. In: BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>.

CAPOBIANCO, Janaína Cristina Marques. **Atores da notícia: grupos de jovens na produção e recepção de conteúdos midiáticos**. Trabalho apresentado no Intercom. São Paulo, São Paulo, 2016.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (vol. 1). **A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas**, pp. 353–401.

CHAPARRO, M. C. C. **Jornalismo na fonte**. In: Alberto Dines; Mauro Malin. (Org.). *Jornalismo Brasileiro: no caminho das transformações*. Brasília: Banco do Brasil, 1996.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 3. ed. Editora Summus São Paulo-SP, 2007.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto e Hipermídia – as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007, pág. 69-77
FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital - Edição Ampliada e Revisada**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010. v. 02. 128p.

IBGE, 2011. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) de 2009 a 2011**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Editora Aleph, 2008, São Paulo.

KOSIK, Karel. **Dialética do concreto**, 2010. In: RICHTER, Leonice Matilde. *Clássico Marxista: Dialética do concreto*. Minas Gerais: Revista Educação e Políticas em Debate, 2012, p. 237.

LAGE, Nilson. **A reportagem - Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**, Rio de Janeiro: Record, volume 8, 2009.

LAGES, Ana Carolina Torres Silva. **A convergência web-TV e a programação segmentada**. Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), 2010, Belo Horizonte.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da Associação Portuguesa de Comunicação (SOPCOM). Lisboa, 2001.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo - RS, Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR Universidade Feevale, 2013. Disponível em:

<[http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-](http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)

[book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf](http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2017.

SANTI, Vilso Junior. **O desafio da apuração jornalística no ciberespaço**. Sessões do imaginário, 2011.

SELLTIZ, Claire e outros. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo, Editora Herder e Editora da Universidade de São Paulo, 1967. Capítulo 6. Coleta de dados. Métodos de observação. p. 223-261.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

CiReS

**1º CONGRESSO
INTERNACIONAL DE REDES SOCIAIS**

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

