

Mundo Extraordinário: Rede Colaborativa do Bem ¹

Juliana BATTISTELLI²

Talita NOVACOSKI³

Fernanda Gabriela de Andrade COUTINHO⁴

Tiago LENATORVICZ⁵

Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR

RESUMO

O presente projeto experimental tem como objetivo o desenvolvimento de uma rede colaborativa que incentive as pessoas a fazer mais daquilo que lhes desperta felicidade. Com base em estudos sobre comunicação, plataformas colaborativas, *design thinking* e *storytelling*, desenvolvemos um site e um plano de comunicação envolvendo as mídias sociais. Nossa proposta é realizar desafios e encontros para mostrar o valor das pequenas coisas da vida e para as pessoas se conectarem de verdade umas com as outras.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Rede Colaborativa; Inovação; *Design Thinking*; Conexão Humana.

1 INTRODUÇÃO

O Mundo Extraordinário surge da vontade de duas universitárias de causar um impacto na sociedade. Cansadas das doses diárias de mau-humor e desvalorização do outro, resolveram fazer algo para mudar essa situação. A essência dessa mudança está em mostrar o valor das pequenas ações do cotidiano e fazer nascer dentro de cada um a vontade de fazer diferente também.

Inspirado nisso, o projeto foi tomando forma, tornando-se uma rede colaborativa composta por um site e mídias sociais, que incentiva as pessoas a realizarem ações para transformar momentos ordinários em extraordinários e a se conectarem de verdade por meio de encontros fora da plataforma virtual.

2 OBJETIVO

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudando do 7º. Semestre do Curso de Comunicação e Mídias Sociais, email: jubattistelli@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação e Mídias Sociais, email: talitanovacoski@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação e Mídias Sociais, email: fgabriela.professora@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação e Mídias Sociais, email: tiagolena@gmail.com

Por meio de uma identidade marcante e estratégias de comunicação, o Mundo Extraordinário busca impactar o comportamento humano com relação à vida, ao dia a dia, ao outro e a si mesmo. O projeto tem como objetivo geral transformar-se em uma rede colaborativa do bem, cuja essência está em mostrar as coisas boas da vida, desafiando as pessoas a serem felizes e se conectarem de verdade umas com as outras.

O projeto tem como objetivos específicos realizar a pesquisa de público utilizando o método do *design thinking* para compreender verdadeiramente o público e a partir disso desenvolver os desafios com empatia (ADLER et al., 2011). A criação dos desafios realizada por meio do *storytelling* (HUERTA et al., 2010), envolvendo o público e incentivando a realização das ações propostas e o compartilhamento das experiências por meio de fotos, vídeos e textos nas redes sociais. Pretende ainda o desenvolvimento do site, composto pelos desafios, encontros e perfis, além de uma explicação mais detalhada do projeto e de fotos, vídeos e textos compartilhados nas redes sociais pelas pessoas inscritas. Além disso, tem como objetivo o desenvolvimento de um plano de comunicação para os meios de divulgação utilizados, sendo eles: *facebook*, *youtube*, *instagram* e *e-mail*.

3 JUSTIFICATIVA

O Mundo Extraordinário vem para tentar solucionar um problema social emergente que está se pulverizando pela vida da maioria das pessoas. Com a disseminação de dispositivos eletrônicos e mídias digitais, o mundo virtual passou a ser tão presente nas relações sociais e na construção de identidade pessoal, que as fronteiras entre real e virtual parecem ter se dissolvido. As pessoas estão tão imersas em seus aparelhos, que deixam de perceber o que acontece fora da tela. A constante preocupação em atualizar status, responder mensagens instantaneamente e projetar virtualmente a visão que se espera que o outro tenha sobre si, acaba por prejudicar a qualidade de vida das pessoas. A interação é constante, mas as conexões são efêmeras e o mundo real passa despercebido.

Nota-se também que a maioria das pessoas vive na rotina e geralmente está de mau humor, o que acaba sendo ruim para elas mesmas e para os que estão ao seu redor. Além disso, desvalorizam as simples ações do próximo, muitas vezes são egoístas e superficiais, não procuram conhecer o outro de verdade e não se colocam no lugar dos demais. Isso gera insatisfação, infelicidade e falta de qualidade de vida. Cada vez mais a sociedade é levada

ao individualismo e à falta de atitude e autoconfiança, somada ao medo de cada um em assumir a responsabilidade pelas próprias ações.

O problema principal em meio a isso tudo é o comportamento humano com relação à vida, ao dia a dia, ao outro e a si mesmo. Uma possível solução para isso seria mostrar ao mundo como essa realidade pode ser diferente, estimular ações que lhes despertem felicidade e criem conexões verdadeiras. A partir disso surge o Mundo Extraordinário.

Existe um projeto da ONU chamado “8 jeitos de mudar o mundo” que possui a intenção de tornar o mundo um lugar melhor (ONU, 2000). Essa iniciativa é destinada a nações e instituições, trata-se de um projeto muito maior que procura solucionar problemas mundiais. O Mundo Extraordinário é uma iniciativa de proporções menores, que fala com cada ser como indivíduo potencial que possui a força para mudar sua própria vida, gerar um impacto no seu meio social e assim engendrar um processo em cadeia.

Esse projeto mostrará que quando cada um encara a vida com a mente mais positiva e tem pequenas iniciativas nesse sentido, isso gera grandes impactos e faz a diferença. O Mundo Extraordinário será uma alavanca que despertará esse sentimento nas pessoas, gerando a vontade de fazer algo a mais, trazendo ideias propulsoras para as pessoas transformarem momentos ordinários em extraordinários, se conectarem com profundidade e tornarem o mundo um lugar melhor para se viver.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto foi desenvolvido segundo os princípios do *design thinking*. Duas pesquisas foram feitas, um questionário online e uma pesquisa em imersão. A primeira perguntava às pessoas o que lhes fazia feliz, foi com base nas respostas obtidas que fizemos um *brainstorming* e idealizamos sugestões de ações para a pesquisa de campo. Essas sugestões seguiram o modelo que pretendíamos colocar no site: uma pequena história com linguagem informal mostrando um conflito ficcional baseado em um problema real, cuja solução só será alcançada quando o usuário aceitar realizar um desafio. Esse desafio é uma ação para gerar felicidade, seja fazendo o bem, elogiando alguém, tocando música ou saindo da rotina com um esporte radical.

Criamos protótipos desses desafios em formato de cartões que foram usados para a pesquisa de público realizada no centro de Maringá e na Universidade Estadual de Maringá. Nosso objetivo era conhecer a opinião das pessoas sobre as ações sugeridas, analisar sua reação sobre a linguagem e o formato utilizados, e perceber o potencial de engajamento do projeto. Com base nos resultados obtidos na pesquisa, desenvolvemos a identidade de marca, as funcionalidades do site e definimos as ferramentas a serem utilizadas.

No início deste processo de criação, entramos em contato com o João Fernando Tarla para apresentar nossa ideia, ele é desenvolvedor e aderiu à causa imediatamente, aceitando desenvolver o site sem custo. Como ele reside em São Paulo, optamos por fazer reuniões pelo *Skype*, utilizar o *Trello* como ferramenta de trabalho e a metodologia *Scrum*. Criamos os *wireframes* do site e enviamos a ele para que pudesse começar a programação, enquanto desenvolvíamos os layouts finais e prosseguíamos com a criação do mapa, de ilustrações e textos para o site.

Inspirado em leituras e em palestras sobre consumo colaborativo, o projeto foi se desenvolvendo de tal forma que o site passou a ganhar mais funcionalidades, transformando-se em uma plataforma colaborativa. Além do mapa principal com os desafios, o site final contará com uma página de “Encontros”, onde criaremos ações em grupo e os próprios usuários poderão criar encontros em suas cidades, com o tema que quiserem. O objetivo é sermos feliz juntos, restaurar laços humanos e fazer o bem.

Para o lançamento, realizamos um evento chamado “Um dia extraordinário”. Fizemos ações como abraço grátis e visitamos uma comunidade carente de um município próximo, entre outras ações em que vivenciamos a essência do Mundo Extraordinário. Neste evento, coletamos as imagens para o vídeo de lançamento do site. Posteriormente, lançamos a página do *facebook* e o *hotsite* com o vídeo *teaser*. A partir disso, tornamos público o site. Na segunda parte do projeto temos como objetivo divulgar o site e seus ideais nas plataformas selecionadas como ferramentas estratégicas de comunicação (*youtube*, *facebook* e *instagram*).

O Mundo Extraordinário será formado pelas pessoas. Nosso papel é criar a ferramenta mediadora desse processo. Nossos esforços caminham na direção de comunicar nossas

ideias com clareza para não parecer um projeto inocente ou impalpável, precisamos cativar as pessoas com uma identidade inovadora, envolvê-las em nossa causa e engajá-las. A partir disso, os próprios usuários darão continuidade ao processo e, cada vez mais, o Mundo Extraordinário se tornará fruto de esforço coletivo.

O sucesso de plataformas colaborativas como o *Airbnb*⁶ e *Cinese*⁷ mostra que a conectividade pode transpor os limites virtuais e envolver as pessoas fora das redes sociais online, gerando benefícios reais, como economia e novas amizades. O Mundo Extraordinário está em sintonia com essas iniciativas, propondo um diferencial: ser uma plataforma que incentive as pessoas a fazerem o que lhes desperta felicidade e se conectarem de verdade umas com as outras. Acreditamos que esses dois elementos têm a força para gerar um impacto transformador no comportamento individual e coletivo, essa é a essência do Mundo Extraordinário.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O ambiente digital abre a possibilidade de atingir um elevado número de pessoas e por isso o uso de plataformas digitais está na base do projeto. Assim sendo, o estudo de marketing digital e mídias sociais foi fundamental para desenvolver um plano de comunicação adequado ao alcance de seus objetivos (TORRES, 2009).

Mostrou-se necessário a criação de uma marca forte e única, que cativa o público alvo e gere envolvimento. Portanto, optou-se pelo método do *design thinking*, que se diferencia por estar edificado sobre a observação e a empatia. Ao utilizá-lo como método de pesquisa, coloca-se as pessoas no centro do projeto, buscando compreender a mentalidade e intenção do público profundamente (ADLER et al., 2011).

Somado a estudos sobre *branding*, foi criada uma marca que gere identificação e se destaque no meio digital, para encantar o público e incentivá-lo a aderir à causa (MARTINS, 2006). Seguindo a identidade visual do Mundo Extraordinário, foram feitos os layouts do site e o mapa com sugestões de ações para transformar positivamente a vida das pessoas. Além disso, foi desenvolvida a página de encontros, onde as pessoas poderão criar eventos para se conectarem de verdade na realização de ações que as tragam felicidade em

⁶ Disponível em < <https://www.airbnb.com.br/> >. Acesso em: 06 jun. 2014.

⁷ Disponível em < <http://www.cinese.me/> >. Acesso em: 06 jun. 2014.

conjunto. Isso está na essência do projeto, por isso serão realizadas ações que servirão como gatilho para o engajamento do público e gerarão um acervo de vídeos, os quais serão utilizados nos canais de divulgação.

5.1 Ferramentas

A priori, selecionamos as seguintes ferramentas para a realização do projeto: *site*, *facebook*, *youtube*, *e-mail* e *instagram*. O *site* será a ferramenta principal, contendo os elementos mais importantes do projeto: o mapa com as sugestões de ações e a página de encontros. O cadastro será necessário para que as pessoas possam acessar todo o conteúdo do site e ter uma experiência completa. O conteúdo que os usuários gerarem e postarem na redes sociais com a *hashtag* #mundoextraordinario será automaticamente atualizado na página Histórias, as ações do mapa serão rotativas e os encontros estarão sempre mudando. Assim sendo, o site é a plataforma fundamental.

O *youtube* é uma rede social de grande acesso pelo público jovem e propício ao efeito viral. Assim, será utilizado para postagem e divulgação de vídeos das ações realizadas, tornando-se um meio propulsor para o engajamento do público.

O *facebook* é a rede social em que as pessoas estão conectadas a todo o momento, uma plataforma apropriada para difundir informações atualizadas sobre o movimento. Além disso, facilita a interação com o público, sendo uma das principais fontes de resposta ao projeto. Durante a pesquisa de público notamos que esta plataforma será essencial para a divulgação do projeto, sendo a mais utilizada e com maior possibilidade de compartilhamento.

O *e-mail* será utilizado para uma comunicação direta com as pessoas que já aderiram ao movimento por meio de cadastro no site. O uso dessa ferramenta possibilitará um relacionamento mais próximo e pessoal com cada usuário, em sintonia com a identidade do Mundo Extraordinário.

O *instagram* é uma rede social de apelo visual e atualização constante, na qual os jovens estão conectados a todo o momento. Trata-se de uma plataforma que tem sido utilizada para a divulgação de fotos de momentos comuns do cotidiano das pessoas. Sendo assim, a

proposta da rede social pode ser aliada aos objetivos do projeto, gerando mais visualização para o movimento e interação com o público.

5.2 A Marca

Em uma viagem de ônibus, fizemos o *brainstorming* determinante para a definição do nome e das características principais do Mundo Extraordinário. Para inspirar o símbolo, procurávamos um objeto que estivesse presente no dia a dia das pessoas, algo comum e pequeno, que todo mundo utiliza, mas não percebe o quanto é extraordinário. Seguindo essa linha, pensamos no papel. Ele está na origem do processo criativo, nele as pessoas escrevem histórias, transformam imagens mentais em desenhos, transpõem em partituras as composições que criaram, colorem, fazem colagens e dobraduras. O papel inspira a criação. Quando as ideias vêm em cadeia, esboços são feitos e, inevitavelmente, muitas tentativas viram bolas de papel na lixeira. A bola de papel representa a tentativa de criar algo novo, tornar real uma inspiração, uma ideia. Assim, nada mais justo que escolher como símbolo do Mundo Extraordinário uma bola de papel amassado.



Figura 1 – Marca do Mundo Extraordinário
Fonte: Desenvolvida pelas acadêmicas

O logotipo foi feito à mão e colorido digitalmente. Essa característica passou a compor toda a identidade do projeto, a tipografia da marca, o mapa e os demais desenhos foram todos feitos à mão, dando à marca um caráter artesanal. As cores foram escolhidas com o objetivo

Todos os desafios serão ilustrados. Os desenhos foram feitos à mão e coloridos segundo a identidade visual do Mundo Extraordinário. Quando o usuário realizar o desafio, receberá uma badge⁸ de recordação.

5.4 Funcionamento do Site

Ao acessar o site mundoextraordinario.com, a primeira tela apresentada ao usuário será a home dos não cadastrados, com o convite ao cadastro e o mapa ao fundo sem a opção de clicar nas imagens e abrir as ações. Ao clicar em “Estou Pronto!” o usuário será direcionado logo abaixo para a área de cadastro, que contém um vídeo *teaser* instrucional do site e os espaços para preencher os dados, com a opção de cadastro pelo *facebook*.

Para os não cadastrados será possível também acessar a tela dos encontros pelo menu principal. Essa tela contém os eventos criados pelo público inscrito no site, sua data e local, feitos para conectar as pessoas realizando juntas atividades que lhes tragam felicidade. Além disso, contém a opção de criar o seu encontro a partir do momento em que o usuário se inscrever no site.

Ao clicar na imagem de determinado encontro, o usuário terá acesso à tela do encontro com uma descrição mais detalhada, o botão de inscrição, o nome, imagem e local de origem do criador, as pessoas que comparecerão ao evento e o falatório, espaço para comentários e discussões.

Na tela de encontros, ao clicar em “Crie um Encontro”, o usuário que não estiver cadastrado será levado para a tela de cadastro. O usuário já cadastrado será levado à tela de criação do encontro, onde poderá preencher os campos de foto, nome, data, horário, endereço, cidade, estado e detalhes do evento. Para o criador do encontro há ainda a possibilidade de edição, encontrada na página de seu evento. Ao selecionar “Edite seu Encontro”, o criador é levado à página de edição, onde ele pode alterar os dados preenchidos no momento de criação ou excluir o evento.

⁸ Distintivo ilustrado que será armazenado no perfil do usuário como marcação das ações já realizadas.

Ainda para os não cadastrados será possível acessar a tela do projeto pelo menu principal, com uma breve explicação do que é, como surgiu, quem o criou e sua história contada em forma de narrativa.

Poderá acessar também a tela das histórias, com fotos, depoimentos e vídeos de quem já fez as ações ou compareceu a algum encontro. Na tela de histórias, ao clicar em uma das fotos, vídeos ou depoimentos, o usuário será levado à postagem na rede social onde a foto foi colocada pelo usuário, em uma nova aba. E ainda terá acesso a tela de contato, onde o usuário pode deixar uma mensagem.

Se o usuário optar por fazer o cadastro, após preencher suas informações e clicar no “Vamos Lá!” ele será direcionado para a tela do perfil incompleto. Nesse perfil estão as orientações e os espaços para completar as informações pessoais.

Ao completar o perfil e clicar no “É isso aí!” o usuário é levado para a home dos cadastrados. Nesta está o mapa com os desenhos das ações distribuídas por ele e disponíveis para acesso.

Ao clicar em um dos desenhos em preto e branco do mapa, o usuário será levado para a ação correspondente a ele, logo abaixo. Ali ele pode conferir a história do desafio, seu desenho e a ação a ser feita. Ao clicar em “Desafio Aceito” o usuário é levado ao seu perfil, agora completo. O desafio que foi aceito por ele estará dentro dos “Desafios”. Se o usuário clicar no desafio que aceitou, será levado de volta para a ação corresponde a ele. Ao clicar em “Feito!” na página da ação o usuário é levado ao seu perfil onde o desafio concluído terá um selo correspondente na seção “Conquistas”. O perfil também contém as notificações dos encontros em que o usuário se inscreveu e compareceu.

Para os cadastrados estarão disponíveis ainda as telas do projeto, histórias e contato, assim como para os não cadastrados. Além disso, ao acessar o site, os usuários já cadastrados podem fazer o login através do menu superior do site, sendo então encaminhados para a home dos cadastrados com o mapa.

5 CONSIDERAÇÕES

O que começou como a ideia de criar manuais com ideias de boas ações acabou se transformando em uma plataforma colaborativa do bem. O projeto evoluiu de modo inesperado, é muito gratificante ver aquelas ideias se transformando, encontrando novos pensamentos, conversando com ideias de outras pessoas, juntas dando forma ao Mundo Extraordinário.

Nosso maior desafio foi definir o que poderia fazer as pessoas mais felizes sem assumir um discurso generalista ou restringir às nossas definições de felicidade. Tentamos evitar ao máximo que o Mundo Extraordinário corresponda apenas aos nossos ideais pessoais ao invés de traduzir os anseios dos demais. Buscamos desde o começo, por meio do *design thinking*, pensar com empatia para expandi-lo e aprofundá-lo de tal forma que as pessoas realmente se identifiquem e sejam mais felizes ao realizar as ações propostas.

Criar uma plataforma que busca tornar o mundo mais extraordinário, tocar o íntimo de cada pessoa e gerar a vontade de agir pelo bem é uma missão difícil. O projeto parecia limitado, afinal, o que duas estudantes de vinte anos sabem sobre a vida? Pouco, muito pouco. Foi por isso que transformamos o Mundo Extraordinário em uma plataforma colaborativa. Por mais que comece com nós duas, ele precisa ser construído pelas pessoas em conjunto.

Desde o princípio decidimos que queríamos gerar um impacto social, algo que partisse de cada indivíduo e gerasse um movimento por uma vida melhor. O Mundo Extraordinário dá atenção aos detalhes, ao pequeno, e se edifica sobre a percepção de que muitos de nós estamos no mesmo barco, um pouco sozinhos, muito perdidos, tentando encontrar sentido nisso tudo. Confiamos nesse desejo profundo de encontrar o “algo a mais”, viver novas experiências, transformar essa rotina na vida que sempre sonhamos para o amanhã. Queremos ajudar as pessoas a fazer isso hoje, na plenitude que o mundo oferece, reforçando o valor das conexões humanas e do comportamento individual frente ao dia a dia.

O Mundo Extraordinário foi lançado como *hotsite*⁹ com o *teaser*¹⁰ para acompanhamento da plataforma que está em desenvolvimento. Na página¹¹ do *facebook* foram apresentados

⁹ Disponível em <<http://www.mundoextraordinario.com.br/>>.

¹⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=J-iCCFp569o>>.

¹¹ Disponível em <<https://www.facebook.com/seumundoextraordinario>>.

alguns vídeos como início da campanha de lançamento e iniciou-se a apresentação da linguagem e identidade visual do projeto. A data de publicação do site será em agosto de 2015.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADLER, Isabel; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz; VIANA, Maurício; VIANA, Yasmar. *Design thinking* - inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2011.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu* - como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

HUERTA, Celso; MARIN, Débora; MARIN, Jeferson; CORREA, Roberto. *Storytelling em organizações* – uma ferramenta de gestão e liderança. Revista Científica Hermes 3: 37-43, 2010.

MARTINS, José Roberto. *Branding: o manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas*. 3. ed., Copyright 2006.

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital*. São Paulo: Novatec, 2009.

ONU: 8 jeitos de mudar o mundo. 2000. Disponível em < <http://objetivosdomilenio.org.br/> >. Acesso em: 06 jun. 2014.