

Manifesto POA: a utilização das Redes Sociais na internet como propulsora de Movimentos Sociais e a prática do Ativismo Social¹

Oronian Dalle Molle MENDES²
Fernanda da Costa FERNANDES³
Shana Rubim ZAUPA⁴
Valter ZANCHETTI⁵
Mario Flores NETO⁶

Centro Universitário Metodista do Sul, IPA, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente trabalho relata o resultado de um projeto desenvolvido na disciplina de Projeto Multimídia, denominado “Manifesto POA”. Trata-se de uma página do Facebook que apresenta um conteúdo voltado à conscientização acerca dos problemas da sociedade atual como um todo e, mais especificamente, da cidade de Porto Alegre. A página visa gerar o engajamento dos porto-alegrenses em causas sociais específicas, como o transporte público e questões ambientais. O projeto que, inicialmente seria restrito à disciplina, gerou um resultado expressivo, contando com mais de 5.000 “fãs” (seguidores) e obtendo considerável compartilhamento das informações veiculadas neste espaço. A experiência relatada demonstra a importância e o potencial das redes sociais na internet no processo de engajamento e mobilização social.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação na web; movimentos sociais; engajamento; redes sociais; ativismo social.

1 INTRODUÇÃO

A página Manifesto POA teve origem em setembro de 2012 com a apresentação da proposta da disciplina de Projeto Multimídia do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do Sul, IPA, que consiste no desenvolvimento de projetos de comunicação com foco na utilização das chamadas mídias sociais digitais.

Partindo da vontade dos integrantes do grupo em conscientizar os porto-alegrenses sobre os problemas comuns enfrentados pelos moradores da cidade, como a segurança pública, os atos do poder público municipal que não beneficiam a população em geral, a contrapartida pela arrecadação de impostos, o descaso com a educação, a saúde, a infraestrutura do município, entre outros problemas sociais desta comunidade, a Manifesto POA ainda apresenta publicações que visam a crítica a diversos problemas da sociedade como um todo, tais quais, a desigualdade social, a má distribuição de renda, a fome, a miséria, a corrupção de políticos e entidades governamentais, entre outros assuntos afins.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Radio, TV e Internet, modalidade Blog.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: oromendes@gmail.com

³ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fefernandes@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: shanazaupa@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: valterzanchetti@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda, email: mariofn@yahoo.com.br.

Desta forma, o projeto surgiu no ambiente acadêmico buscando auxiliar, na respectiva dimensão, em mudanças reais para a sociedade, tendo em vista considerar que a conscientização acerca dos problemas seja a base para se realizar esta mudança social.

Com publicações diárias, abordando os mais variados temas sociais e destacando as questões enfrentadas por porto-alegrenses, este ambiente virtual foi centrando-se cada vez mais no conceito de ativismo social no século XXI, defendido por Machado (2007), onde:

As tecnologias não apenas se tornaram instrumentos de fundamental importância para a organização e articulação de coletivos sociais, como também proporcionaram a formação de novos movimentos sociais e novas formas de ativismo. Estas passam a se caracterizar com base em uma atuação cada vez mais em forma de rede, pela formação de amplas coalizões e pelo enlaçamento ou agregação de grupos identitários, segundo a geografia das comunidades culturais, linguísticas ou a identificação e compartilhamento de certos valores (MACHADO, 2007, p.248)

Reconhecendo-se a importância que as redes sociais vêm representando para a organização dos movimentos sociais e associando o conteúdo da página Manifesto POA para as principais reivindicações dos coletivos da cidade, o conteúdo da página foi voltando-se cada vez mais para a divulgação de atos públicos, protestos, marchas, oficinas, entre outras atividades organizadas por movimentos como Bloco de Luta pelo Transporte Público e Defesa Pública da Alegria. Estes dois movimentos sociais de Porto Alegre reivindicam, respectivamente, um transporte público digno e acessível para todos e a retomada dos espaços públicos pela população da cidade. Para Souza (2012), “a importância das redes sociais vem crescendo e ganhando mais visibilidade como elemento de mobilização popular”. Em 2011, jovens usaram essa tecnologia e conseguiram levar multidões a protestarem nas ruas, no episódio que ficou conhecido como a Primavera Árabe. Em seguida deste acontecimento histórico, conforme aponta Teles et. al.1 (2012):

[...] ocorreu um fenômeno que há muito não se via: uma eclosão simultânea e contagiosa de movimentos sociais de protesto com reivindicações peculiares em cada região, mas com formas de luta muito assemelhadas e consciência de solidariedade mútua. [...] Começou no norte da África, derrubando ditaduras na Tunísia, no Egito, na Líbia e no Iêmen: estendeu-se à Europa, com ocupações e greves na Espanha e Grécia e revolta nos subúrbios de Londres; eclodiu no Chile e ocupou Wall Street, alcançando no final do ano até mesmo a Rússia. (TELES et al., 2012, p.8)

Assim como em outras cidades do país, cidadãos passaram a ir às ruas para protestar por determinada causa com frequência. A Manifesto POA desenvolveu, então, desde a sua criação, a divulgação de grande parte dos protestos que ocorreram na cidade, destacando-se

as pautas do transporte público e dos espaços públicos, além de marchas contra a corrupção, a reivindicação da renúncia a determinados cargos públicos, a divulgação de causas ambientais, entre outros.

2 OBJETIVO

O projeto Manifesto POA busca informar, conscientizar e engajar as pessoas frente a alguns dos problemas sociais enfrentados em Porto Alegre, com a finalidade de levá-las às ruas para protestar e pressionar os órgãos competentes a tomar alguma atitude que vá ao encontro das reivindicações da população mobilizada. Para se atingir este objetivo, são realizadas campanhas comunicacionais informando sobre as causas.

A evolução da internet tem potencializado o surgimento de diversos recursos midiáticos, considerando a possibilidade de todas as pessoas com acesso à grande rede criarem seus próprios ambientes de comunicação. “Mídia participativa, jornalismo cidadão, blogging e autopublicação, e o networking social marcaram o ponto em que as estruturas sociais da segunda metade do século XX finalmente se desmontam e somem, e novas relações emergem” (VILLARES, 2008, p.109). O autor destaca também as oportunidades oferecidas pelas redes sociais, pois essa nova forma de comunicação tornou interessante para engajar pessoas, as quais sejam capazes de compartilhar as suas preferências. Neste contexto, a internet e as redes sociais digitais, articuladas pelas mídias sociais, movimentam a comunicação entre as pessoas e, também, a forma como estas pessoas se comunicam e se relacionam.

Neste sentido, cresce a criação das chamadas FanPages, especificamente criadas na rede social Facebook. O Facebook permite a criação de uma rede social entre amigos e pessoas com interesses em comum, o site também facilita o compartilhamento de informações, desde mensagens, imagens e vídeos, entre os usuários (RECUERO, 2009). Atualmente, as Fanpages assumiram um papel híbrido, que misturam características de blogs e de redes sociais. Conforme Shimp (2009, p.469): “Os blogs são uma forma de comunicação comum entre todas as pessoas e uma maneira de estabelecer comunidades digitais através das quais as pessoas, principalmente aquelas que compartilham o mesmo estilo de viver, podem trocar ideias sobre questões de interesse pessoal”. As Fanpages caracterizam-se pelas postagens constantes de novos conteúdos, as quais aparecem automaticamente na linha de tempo do perfil social no Facebook das pessoas que se tornam “Fãs” desta página. Portanto, sempre que um indivíduo se torna um fã de uma Fanpage, permite receber atualizações constantes desta página virtual. Mais do que informar, a proposta também propunha que as informações veiculadas fossem propagadas, ou seja, encaminhadas a outras pessoas da rede social de cada um(a), utilizando uma das principais características das mídias sociais, que é o

compartilhamento. A seguir, destacam-se duas peças que foram difundidas na rede social através do Manifesto POA:



Figura 1 : exemplo de postagem



Figura 2: exemplo de postagem

Na Figura 1 apresenta-se a reivindicação de uma causa. Embora o Tribunal de Contas do Estado tenha apontado que o valor da tarifa poderia ser de R\$ 2,60, o poder público municipal havia aprovado o aumento da tarifa para R\$ 3,05 solicitado pelas empresas de ônibus. Com base nesta informação do TCE, foram organizados diversos protestos semanais e até mesmo ocorrendo em dois pontos da cidade simultaneamente. A Figura 2 representa uma das comunicações que estavam fazendo o chamado para o ato a ser realizado. Outro objetivo da página que cabe ser destacado trata-se da questão de colocar em pauta uma reflexão acerca de problemas sociais que podem ser encontrados na sociedade em geral, como a crise do sistema financeiro, a desigualdade social, o comportamento da sociedade do consumo, o desmatamento de florestas, entre tantos outros assuntos de cunho social que a página busca colocar em discussão.

3 JUSTIFICATIVA

O desafio de gerar engajamento, articulando determinado tema com novas formas de comunicação digital consolidaram a escolha pela criação de uma Fanpage na internet, mais especificamente na rede social Facebook. Conforme Castells (2003, p.8) destaca: “A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”. Para o autor, A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação potencializadas por este ambiente chamado internet. Atualmente, as chamadas mídias sociais baseadas na internet possibilitaram uma ampliação das redes sociais dos indivíduos, com reflexos diretos nos

mecanismos de comunicação. As mídias sociais são “sites na internet, construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos” (TELLES, 2011, p.19).

Nesta perspectiva, surgiu o projeto, idealizado em sala de aula e que ganhou proporções capazes de provocar mudanças socio-comportamentais, influenciando movimentos contando com milhares de pessoas nas ruas em mais de vinte protestos, desde o seu surgimento em setembro de 2012 até o mês de abril de 2013. É evidente que a página não foi a única forma de comunicação utilizada para se mobilizar as pessoas em torno das causas defendidas pelos movimentos sociais, no entanto, tendo em vista que o seu alcance médio semanal atual é de duzentas mil pessoas e conta com mais de 5 mil Fãs, ou seja, assinantes que recebem todas as publicações da página imediatamente, é de reconhecimento entre os manifestantes que a página ocupa uma importante posição na divulgação das mobilizações sociais em Porto Alegre.

Portanto, trata-se de um projeto que visava atuar diretamente nas questões relacionadas à transformação social, através da mobilização e engajamento nas mais variadas questões que envolvem diretamente as comunidades afetadas e, logo, pode ser considerado um projeto que adquiriu relevância social, ultrapassando os limites da sala de aula.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os métodos utilizados para a implementação da comunicação com a finalidade de conscientização e de gerar a mobilização e o engajamento da população frente às causas sociais, vão ao encontro de Bergamaschi (2011), o qual aponta que “as redes sociais na Internet experimentaram um grande e rápido crescimento nos últimos anos e congregam milhões de usuários no Brasil e no mundo”.

Com a utilização da rede social virtual Facebook, foi desenvolvido todo o conteúdo para a página Manifesto POA. Com base nas opções da rede social, os indivíduos mostram o apoio à determinada publicação, comentam, ou, ainda, compartilham a informação para com as suas redes de contatos, fazendo com que a informação seja disseminada através da rede social. Apresentando como base Marteleto (2001):

As redes sociais são iniciadas a partir da tomada de consciência de uma comunidade de interesses e/ou de valores entre seus participantes. Entre as motivações mais significativas para o desenvolvimento das redes estão os assuntos que relacionam os níveis de organização social-global, nacional, regional, estadual, local e comunitário (MARTELETO, 2001)

Inicialmente, neste projeto da disciplina, foram criados grupos de trabalhos, os quais foram desafiados a pensar em temas que fossem balizadores das FanPages e capazes de gerar engajamento junto ao público. Neste caso, os estudantes que compuseram o grupo optou pelos temas relacionados às causas de caráter social. Neste sentido, foi feita a escolha do nome do projeto e, em seguida, uma busca por referências de sites, blogs e perfis sociais que tivessem abordagens semelhantes, afim de subsidiar as escolhas e decisões necessárias na construção do Manifesto POA. No roteiro de criação do projeto, foi determinado pelo professor da disciplina alguns pilares a serem desenvolvidos (à medida do possível, conforme os temas abordados pelos grupos). Os itens a serem pensados foram:

a) Diálogo: que tipo de diálogo o grupo acredita que será desenvolvido ao longo do projeto? (Ex: polêmica, comentários de apoio/reprovação, dicas, avaliação do conteúdo postado, sugestões, etc) ; **b) Conteúdo:** buscando ser bem específico, que tipos de conteúdos poderão ser postados no sentido de dar continuidade ao projeto? ; **c) Relevância:** qual o tipo/grau de relevância que o projeto/ conteúdo terá para as pessoas, comunidade, sociedade, etc? ; **d) Colaboração:** que tipo de colaboração deverá ocorrer? Quais formas serão utilizadas para incentivar as pessoas? ; **e) Co-criação:** qual produto, idéia, ação, poderá ser criado com base na colaboração das pessoas? ; **f) Entretenimento:** é possível agregar algum conteúdo/ abordagem com caráter de diversão? ; **g) Viralidade:** há conteúdos, peças, que possam ser explorados no sentido de auxiliar o processo de disseminação da ideia do projeto? ; **h) Gratificação:** como é pensado o processo de gratificação das pessoas pelo engajamento, participação, colaboração no projeto? Considerando esta proposta, o grupo de trabalho apresentou na disciplina o roteiro do que pretendia aplicar no projeto, no sentido de gerar o engajamento social através deste canal de comunicação.

Após a criação da Fanpage, foi iniciado o processo de divulgação do endereço virtual através da própria rede social facebook. Os conteúdos publicados eram veiculados após a pesquisa diária realizada pelo grupo sobre novos fatos e informações relevantes e potenciais para o público a ser atingido. Após o início do projeto foi possível acompanhar os resultados através da ferramenta de métricas disponibilizadas pelo próprio facebook, na qual é possível avaliar desde quais as postagens alcançaram maior impacto de visualização e compartilhamento até descrições sobre o perfil demográfico das pessoas que visualizaram e acompanharam a Fanpage.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto Manifesto POA encontra-se disponível no endereço eletrônico <http://www.facebook.com/ManifestoPoa> e teve seu início no dia 4 de setembro de 2012 e permanece ativo e disponível, conforme ilustra a figura 3.

A construção coletiva principal do projeto e o seu desenvolvimento ocorriam semanalmente no encontro da disciplina, em sala de aula, mais especificamente no laboratório de edição do curso. Durante a semana, para suplantar a distância física entre os estudantes, a comunicação foi mantida através de um grupo criado no próprio Facebook, onde ocorriam as sugestões de postagens e demais comunicações e acertos entre os membros do grupo.



Figura 3 – capa da Fanpage Manifesto POA

A construção coletiva principal do projeto e o seu desenvolvimento ocorriam semanalmente no encontro da disciplina, em sala de aula, mais especificamente no laboratório de edição do curso. Durante a semana, para suplantar a distância física entre os estudantes, a comunicação foi mantida através de um grupo criado no próprio Facebook, onde ocorriam as sugestões de postagens e demais comunicações e acertos entre os membros do grupo.

O primeiro resultado expressivo foi alcançado no dia 14 de setembro, quando uma postagem (ilustrada pela figura 4) alcançou 1.880 compartilhamentos, 211 avaliações do tipo “curtir” e 44 comentários escritos na própria postagem. Isto significa que 1880 pessoas compartilharam para a sua rede social a mensagem postada, ou seja, pode-se imaginar o grande número de pessoas alcançadas por uma única postagem.

A imagem fazia alusão à situação que persiste na cidade em dias de chuva forte: inundamentos e transtornos de diversos tipos. Ao longo da disciplina, os grupos também apresentavam para a turma os resultados obtidos e levados a identificar as principais características dos projetos, que conduziam a um nível de engajamento esperado junto ao público. Avaliações foram realizadas tanto no aspecto quantitativo quanto qualitativo. Cabe ressaltar que, embora um item importante para uma Fanpage seja o seu número de “Fãs”, durante o projeto sempre procurou-se alcançar o engajamento do público, ou seja, não era suficiente a visualização dos conteúdos postados, mas também esperava-se que estes fossem compartilhados, afim de alcançar um número maior de pessoas.



Figura 4 – imagem postada no Manifesto POA

O projeto também contava com um infográfico criado pelo grupo, no qual contava com uma série de informações e resultados que eram alcançados.

Ao longo do projeto, uma série de informações a respeito do público atingido foram sendo geradas. Atualmente, conforme ilustra a figura 5, o público que recebe as atualizações do ManifestoPOA caracteriza-se da seguinte forma. Percebe-se a predominância do público jovem (principalmente de 18 a 24 anos), com pequena diferença entre homens e mulheres. Interessante notar a existência de um perfil de idade entre 13 e 17 anos que já se engajam no tema e na dinâmica do projeto. As características da internet, principalmente a inexistência das barreiras geográficas podem ser verificadas quando se analisa as regiões nas quais residem o público que interage com o ManifestoPOA. Apesar do tema ser aparentemente local (embora os assuntos abordados sejam universais) houve acesso de pessoas de outros 6 países (Portugal, Estados Unidos, França, Reino Unido,

Austrália e Irlanda). Em relação às cidades mais envolvidas, tem-se além de Porto Alegre, Viamão, Gravataí, São Paulo, Alvorada e São Leopoldo.

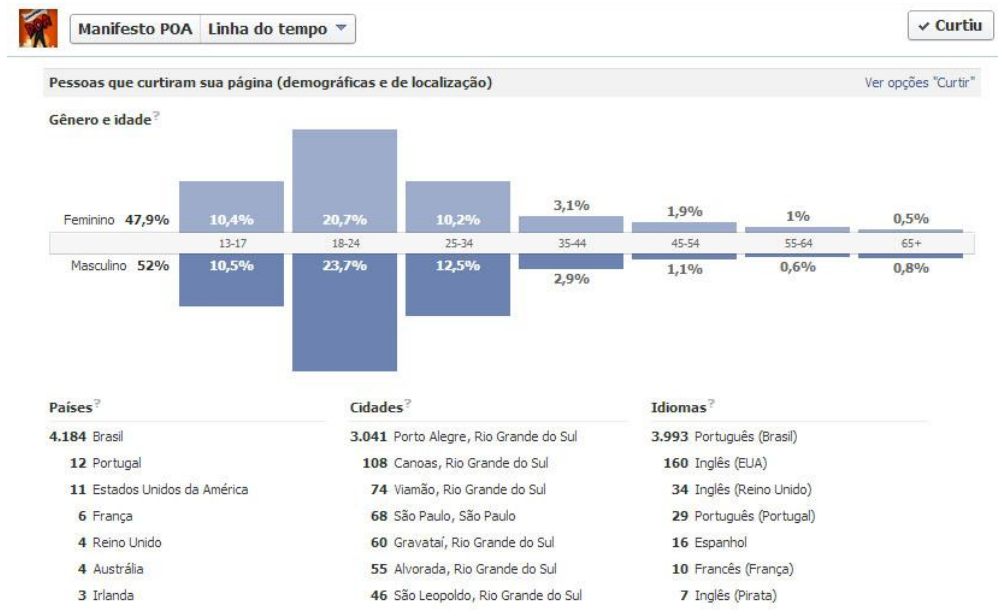


Figura 5– Características demográficas

Hewitt (2007) diz que quando o leitor já possui seus próprios blogs para a absorção de determinados conteúdos, muitas vezes, eles se tornam mais confiáveis que a mídia tradicional, devido à agilidade da informação que ali acontece, o autor define isso como um atalho que o blogueiro proporciona para o leitor, resumindo os principais temas ou acontecimentos, e em alguns casos, com diversos pontos de vista. É nesta perspectiva que o projeto ManifestoPOA está enquadrado pois, ao ser uma fonte de informação relevante para muitas pessoas, acaba recebendo a autorização para, continuamente, manter o relacionamento com os seus chamados “Fãs”, os quais continuam a interagir com as informações dia a dia.

6 CONSIDERAÇÕES

Na construção e desenvolvimento do projeto Manifesto POA foi possível verificar que a internet e as chamadas mídias sociais se prestam aos mais diversos temas, no que diz respeito à capacidade de engajar o público em torno de objetivos e interesses comuns. Os resultados surpreenderam pelo número de pessoas alcançadas e do tipo de interações geradas (compartilhamentos e comentários em cada postagem). Gabriel (2009) aponta o atual cenário da internet, e realça a transição do momento no qual os usuários deixam de ser apenas espectadores e passam a se tornar participantes ativos neste ambiente, possibilitando um fluxo de compartilhamento de informação e conteúdo constante. Conforme defendido por Castells (2004):

A internet fornece a base material que permite a esses movimentos engajarem-se na produção de uma nova sociedade. Ao fazê-lo, eles transformam por sua vez a internet: de ferramenta organizacional para as empresas ela se converte também numa alavanca de transformação social. (CASTELLS, 2004, p.119)

Considera-se que o principal objetivo da página, de mobilizar as pessoas em torno de uma causa e levá-las às ruas para reivindicar os direitos de toda a comunidade, conseguiu ser atingido diversas vezes, tendo em vista que a página funcionou como instrumento de divulgação para muitos dos protestos que foram realizados na cidade. Destaca-se ainda que o ápice das mobilizações deu-se quando mais de dez mil pessoas, conforme dados oficiais da Polícia Militar do Estado, foram às ruas no dia primeiro de abril de 2013 para exigir a revogação do aumento da tarifa do transporte coletivo da cidade. Este objetivo veio a ser alcançado e, três dias após este manifesto, através de uma ação judicial, o valor da tarifa passou de R\$3,05 para R\$2,85, representando assim, uma vitória da mobilização popular que foi amplamente divulgada pela Manifesto POA e veio a refletir-se em um benefício concreto para todos os moradores da cidade. Em paralelo, tão importante quanto os resultados alcançados pelo projeto, foi o despertar dos estudantes para este tipo de interação social e o desejo de permanecer dando continuidade a um trabalho iniciado em uma disciplina do curso, em sala de aula.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGAMASCHI, S.; ALBINO, João Pedro ; TRIPOLONI, J. M. ; BARIZON, M. V. F. ; SLOBODTICOV, R. . **Redes Sociais na Internet: Uma Investigação de Práticas de Compartilhamento de Arquivos no Facebook**. GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas, v. 6, p. 125-141, 2011 .
- TELES, Edson; SADER, Emir; HARVEY, David. **Occupy - movimentos de protesto que tomaram as ruas**. Editora Boitempo Editorial: São Paulo, 2012
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004
- GABRIEL, Martha. **SEM e SEO: dominando o marketing de busca**. 1ª. São Paulo: Novatec, 2009.
- HEWITT, Hugh. **BLOG: Entenda a revolução que vai mudar o seu mundo**. 1ª. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Aleph, 2009
- MACHADO, J. A. **Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais**. Sociologias, Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007, p. 248-285 Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/soc/n18/n18a12.pdf>
- MARTELETO, Regina M. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ciência da Informação (Impresso), Brasília, v. 30, n.1, p. 71-81, 2001.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 1ª. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SHIMP, Terence A. **Propaganda e Promoção**. Editora Bookman: Porto Alegre, 2009
- SOUZA, 2011 A revolta digital: impacto das redes sociais da internet nos protestos de rua dos países árabes em 2011. Disponível em <http://www.foa.org.br/cadernos/edicao/19/37.pdf>
- TELLES, André. **A revolução das mídias**. 2ª. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2011.