COLEÇÃO DE OLHO NA TRANSPARÊNCIA

Guia para a comunicação nas redes sociais

O USO DE REDES NO CONTROLE SOCIAL DAS CONTAS PÚBLICAS

FUNDAÇÃO JOÃO MANGABEIRA

AGENDA 40 A NOVA POLÍTICA

COLEÇÃO DE OLHO NA TRANSPARÊNCIA

Guia para a comunicação nas redes sociais

O USO DE REDES NO CONTROLE SOCIAL DAS CONTAS PÚBLICAS

Brasília
1ª Edição
Ana Elizabeth de Almeida Gomes (Org.)
2017

FICHA TÉCNICA

Conselho Editorial
Renato Casagrande, Márcia Rollemberg, Adriano Sandri, Luciana Capiberibe, Handerson Siqueira, Katia Maria Belisário, Luciane Fassarella Agnez

Diretor responsável
Renato Casagrande

Edição e coordenação técnica
Luciana Capiberibe

Coordenação Editorial
Marcia H.G. Rollemberg

Coordenador - Escola Miguel Arraes
Adriano Sandri

Diretoria Executiva
Diretor Presidente
Renato Casagrande

Diretor Financeiro
Renato Xavier Thiebaut

Diretor de Estudos e Pesquisas
Milton Coelho da Silva Neto

Diretor de Cursos
Jocelino Francisco de Menezes

Conselho Curador
Presidente
Carlos Siqueira

Membros Titulares
Serafim Corrêa, Dalvino Troccoli Franca, Kátia Born, Álvaro Cabral, Adilson Gomes da Silva, Eliane Novais, Paulo Afonso Bracarense
Manoel Alexandre, Bruno da Mata, James Lewis, Silvânio Medeiros dos Santos, Francisco Cortez, Gabriel Gelpke, Joilson Cardoso

Membros Titulares
Jairon Alcir do Nascimento, Paulo Blanco Barroso, Felipe Rocha Martins, Henrique José Antão de Carvalho

Conselho Fiscal
Cacilda de Oliveira Chequer, Ana Lúcia de Faria Nogueira, Gerson Bento da Silva Filho

www.fjmangabeira.org.br
Acesse o download
www.fjmangabeira.org.br/deolhonatransparencia

Catalogação na publicação (CiP)

G943

Guia para a comunicação nas redes sociais: o uso de redes no controle social das contas públicas / Ana Elizabeth de Almeida Gomes (org.) – 1. ed. – Brasília: Editora FJM, 2017. 88 p. : il. : color. ; 21x23 cm. – (Coleção de olho na transparência)

ISBN: 978-85-60441-25-9 (coleção completa)
ISBN: 978-85-60441-28-0

1. Redes sociais. 2. Mídias digitais. 3. Letramento informacional. I. Título. II. Coleção.

CDD: 600.172
CDU: 37:004+32

Ficha catalográfica: Wilians Juvêncio da Silva CRB - 1/3140 – 1ª Região. DOX.

Sumário

De Olho na Transparência 6
Prefácio 11
Introdução 14

// A comunicação e as novas tecnologias 22
O que é rede 24
Mídias de comunicação e mídias de colaboração 26
Ferramentas disponíveis e formas de uso 26
Como facilitar a comunicação do grupo 34
Alternativas de mobilização comunitária 42
Adaptando as formas de comunicação para grupos maiores 42
Blog 44
Sítio eletrônico 45
Grupos fechados no Facebook 46
Outras formas abertas de encontros de redes 48
Como produzir materiais de comunicação com a comunidade 52
Produzindo vídeos com ferramentas disponíveis 53
Produzindo textos (regras básicas de redação) 65
Produzindo material fotográfico e ilustrações 68
Aproveitamento de conteúdos disponíveis na rede 74
Websemântica – a inteligência coletiva 74
Adaptando conteúdos 82
Buscando outras redes de controle social 82

. . . De Olho na Transparência

UM IMPORTANTE PASSO PARA AMPLIAR A PARTICIPAÇÃO CIDADÃ E O CONTROLE SOCIAL

A máquina pública deve funcionar com eficiência e respeitar o dinheiro da população para, consequentemente, proteger os direitos dos cidadãos e cidadãs. É necessário que lideranças políticas, gestores e sociedade sejam cada vez mais intransigentes com desvios e falhas da Administração Pública.

A informação transparente é a base do combate à corrupção. É imprescindível o amplo acesso aos dados sobre a arrecadação e as despesas públicas, e também a serviços como, por exemplo, escala e horários de plantões dos profissionais nas unidades de saúde, horários de funcionamento de repartições públicas, linhas de ônibus, entre outros.

Desde a edição da Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), em 2000, a Transparência, o Controle Social dos gastos públicos e o equilíbrio das contas, passaram a constituir os indicadores mais seguros de desempenho

dos governos no Brasil. Com a Lei Complementar nº 131/09, a conhecida Lei da Transparência e com a Lei de Acesso à Informação (LAI), de 2011, uma quantidade, sem precedentes, de informações ficou disponível à população em meios eletrônicos, em tempo real, independentemente de haver demandas por parte do cidadão. Além de permitir que as pessoas acompanhem e fiscalizem o trabalho do Executivo, a Transparência nos diferentes níveis de Governo funciona também como poderoso instrumento de controle da qualidade das despesas públicas.

Quando governamos o Estado do Espírito Santo, no período 2011 a 2014, a Transparência foi uma premissa de nossa gestão. Reformulamos o Portal da Transparência, disponibilizamos 100% das informações e criamos o Conselho Estadual de Transparência e Combate à Corrupção, vinculado a mesma estrutura da Ouvidoria estadual. Este conjunto de ações colocou o Espírito Santo, em 2014, como o Estado mais transparente do Brasil segundo o ranking da ONG Contas Abertas.

A dificuldade de acesso é um dos principais obstáculos para a população encontrar as informações que procura nos mais diversos portais de transparência. Nossa primeira iniciativa foi tornar amigável a página do governo. A busca aumentou significativamente. Algumas dessas páginas no país ainda estão estruturadas de forma que apenas especialistas em contas públicas as acessem. Outra decisão importante foi tornar a Transparência um assunto transversal de governo, onde todos os órgãos da administração estadual estavam envolvidos.

Num momento em que a sociedade brasileira discute, mais do que nunca, os efeitos nocivos da corrupção, a Fundação João Mangabeira (FJM) dá uma contribuição importante para estimular e empoderar os cidadãos para combaterem o germe da corrupção. Afinal, são bilhões de reais que desembolsamos em impostos todos os anos, dinheiro destinado a obras e serviços básicos para a população e que nem sempre é aplicado da forma como deveria.

A intransigência a que nos referimos no primeiro parágrafo deste texto, traduz-se na coleção De olho na Transparência, composta por três volumes - dois guias e um manual pedagógico. A intenção é dar ao leitor-cidadão noções básicas sobre Orçamento, Lei da Transparência, Lei de Acesso à Informação e sobre formas de organização em rede para tornar mais efetivo o controle social do Orçamento Público. Para os educadores oferecemos o manual destinado a aplicação dos guias. O principal objetivo é orientar a população sobre o acompanhamento e a supervisão do dinheiro público.

No **Guia da Transparência e Orçamento Público** citamos o exemplo da estudante de jornalismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Débora Sögur Hous, que durante mais de 2 anos, com auxílio do Portal da Transparência do governo federal e da Lei de Acesso à Informação, acompanhou os gastos com bolsa auxílio para alunos e pesquisadores daquela universidade. O monitoramento das despesas disponíveis na internet revelou um desvio de R$ 7,3 milhões. Uma operação deflagrada pela Polícia Federal prendeu cerca de 30 pessoas suspeitas de participarem do esquema de irregularidade.

Utilizar as novas tecnologias e organizar-se em redes pode ser uma maneira ainda mais eficiente para fazer a fiscalização das contas públicas. Por isso, nos preocupamos em editar também um guia que mostre ao cidadão como utilizar as redes sociais e as novas tecnologias, entre elas aparelho celular, Whatsapp, Facebook, Telegram e Twitter.

Para um Brasil mais justo e menos vulnerável à prática da corrupção, a nossa intenção é estimular a formação de redes de pessoas que, como a estudante Débora, querem saber de que forma está sendo gasto o dinheiro de seus impostos.

Esta coleção pretende oferecer a todos um ponto de partida para exercer o direito cidadão de fiscalizar o Estado. Em especial, esperamos alcançar os vereadores do Partido Socialista Brasileiro (PSB) e aqueles que atuam perto da população e podem ser difusores da bandeira da Transparência e Controle Social dos recursos públicos. Afinal, a transparência é uma bandeira do PSB.

Renato Casagrande
Presidente da Fundação João Mangabeira

Prefácio

O Brasil enfrenta nos últimos anos uma grande crise, que tem dimensões política, ética, econômica e social. Em que pese as dificuldades que ainda não superamos, é preciso adquirir conhecimento com as adversidades de momento e modificar o futuro, nas direções que interessam verdadeiramente à população.

Do mal pedaço pelo qual estamos passando é possível fazer algumas inferências relevantes, para orientar ações futuras. Destaca-se, nesse sentido, a noção de que a democracia representativa precisa contar, em complemento, para seu adequado funcionamento, com mecanismos de democracia participativa.

Sob este aspecto vale atentar, inicialmente, para os mecanismos de controle social das políticas públicas, que permitem à sociedade civil incidir de forma efetiva na gestão da educação, saúde, assistência social, meio ambiente etc., ocupando assentos nos conselhos previstos em cada uma dessas políticas, nas esferas municipal, estadual e federal.

A combinação da Lei Complementar Nº 131/2009 - conhecida como Lei da Transparência - e a Lei de Acesso à Informação cria outra frente promissora para a participação, pois permite aferir o modo como é executado o orçamento público e o grau de aderência do mesmo às previsões constitucionais, legais e, porque não dizê-lo, à plataforma com a qual determinado candidato / coligação obteve sua vitória eleitoral.

Não se pode desconhecer, ainda, os esforços que vêm sendo realizados pelo parlamento federal e, em menor grau, por seus correlatos estaduais e municipais, no sentido de criar mecanismos de participação, que permitem à população manifestar-se ao longo do trâmite dos projetos de lei - o que inclui contribuir para com a redação do texto legislativo, participar presencial e virtualmente de reuniões de comissões permanentes e temporárias, propor pautas para a ação legislativa etc.

Se é necessário reconhecer oportunidades de participação, que se encontram a rigor subutilizadas, é preciso compreender, igualmente, que a população precisa ser adequadamente empoderada para se fazer presente na disputa política. É justamente o que faz a Fundação João Mangabeira, ao publicar a coleção De Olho na Transparência.

Abarca, inicialmente, os aspectos referentes ao conhecimento básico da prática orçamentária, discorre sobre o acesso à informação e, finalmente, neste volume, elabora um Guia para a comunicação nas redes sociais, em que detalha de maneira didática como a população pode se organizar, valendo-se das possibilidades da comunicação digital, que permeia a vida na sociedade contemporânea. Essa organização, entenda-se, tem uma finalidade política clara e se destina a incidir sobre as políticas públicas, a colocar os mandatos populares a serviço do povo e a realizar uma intensa fiscalização de atos e iniciativas das institucionalidades políticas.

O uso das ferramentas digitais preconizado pela Fundação João Mangabeira tem, em complemento, um importante elemento pedagógico, pois as transforma em instrumento de intensificação da participação, promovendo desse modo o enraizamento da democracia participativa, que deve atingir não apenas o aspecto estritamente político, mas igualmente as relações interpessoais, a vida em família, as empresas, as comunidades de bairro etc. Consideradas, portanto, tais características, esse guia é leitura fundamental para todos os que advogam as causas do socialismo democrático.

Carlos Siqueira
Presidente Nacional
Partido Socialista Brasileiro (PSB)

Introdução

Já dizia Chacrinha: "quem não se comunica, se trumbica". Não por acaso, os personagens de nossa história conseguiram se organizar para obter informações da Administração Pública a partir do momento em que começaram a conversar sobre o assunto. A comunicação está cada dia mais presente em todas as atividades sociais. E muita coisa vem mudando desde os tempos em que o Velho Guerreiro dava as suas buzinadas em um programa de TV em cadeia nacional que, naquela época, era uma das poucas fontes de informação existentes para a maioria da população brasileira.

Hoje em dia, a tecnologia permite termos acesso à informação, seja ela qual for, por meio de uma grande diversidade de fontes. Pela internet, podemos conversar com pessoas do mundo todo. Com o avanço da tecnologia, os celulares evoluíram para os chamados *smartphones*, aqueles aparelhinhos que possibilitam não somente fazer uma ligação telefônica, mas também comunicar-se nas redes sociais, enviando e recebendo mensagens usando uma infinidade de aplicativos.

A tecnologia trouxe coisas boas, entretanto, novos problemas surgiram Como lidar com tanta informação? Como encontrar pessoas que têm os mesmos interesses que os meus? Quais as melhores ferramentas de comunicação para cada situação? Como manter um ambiente de respeito mútuo na rede? O que faço para saber se todas as informações que encontro na internet são verdadeiras? Como faço para produzir minhas próprias fotos e vídeos? São muitos questionamentos que surgem quando começamos a usar uma rede social, por exemplo.

O objetivo deste guia é, justamente, orientar o treinamento de habilidades para a utilização de tecnologias para a comunicação por meio dos dispositivos móveis, que são os notebooks (os computadores portáteis), tablets (de uso semelhante ao notebook, mas com menos funcionalidades e menor tamanho), celulares e *smartphones* (aparelhos celulares que são como computadores de bolso).

Com estas orientações, é possível dar os primeiros passos no mundo do relacionamento em rede, onde várias pessoas podem ficar em diálogo permanente, trocando ideias e informações, construindo de forma colaborativa e compartilhada, um entendimento sobre um fato ou tema, que pode ser, como no nosso caso, o acompanhamento e a fiscalização da aplicação do dinheiro público.

1

A COMUNICAÇÃO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

O plenário da Câmara Municipal estava lotado. A mobilização de alguns moradores da cidade acabou despertando o interesse de muita gente. Marcelo, o vereador que iniciou as conversas sobre transparência pública, conseguiu que a Câmara contratasse um carro de som para percorrer a cidade, convocando a população para esta primeira audiência pública sobre a discussão do plano plurianual do município.

Afonso organizou os vizinhos para defender as obras necessárias no bairro onde moram. O objetivo deles era incluir, no planejamento para os próximos anos, a construção de uma praça e de uma quadra de esportes. A escola do bairro também precisava de reforma e ampliação porque o número de alunos havia aumentado muito nos últimos anos.

Entre os trabalhadores da Educação, Saúde e Assistência Social, a expectativa era garantir o investimento adequado dos recursos reservados às suas áreas. Com a reforma de uma escola e ampliação de outra, os professores agora brigavam pela construção de quadras de esporte nas duas unidades. Já os profissionais de saúde queriam um espaço de apoio às equipes de atenção básica, um local que comportasse atividades de promoção da saúde e tratamentos fisioterápicos de menor complexidade. Os pequenos agricultores do município esperavam assegurar a manutenção permanente das estradas de acesso à cidade e, também, a construção de um lugar mais confortável para a realização da feira semanal. Já os artistas da cidade pretendiam incluir no Plano Plurianual a construção de um centro cultural, com espaço para espetáculos, aulas de música, teatro, pintura etc. Estavam dispostos não apenas a participar das audiências públicas, mas também acompanhar o trabalho dos relatores do projeto de lei.

O presidente da Câmara abre a sessão:

– Senhoras e senhores, em primeiro lugar, quero agradecer a presença de todos vocês aqui hoje. Nunca vi o plenário tão cheio.

– Acho importante a participação de todos nesse processo fundamental para todos que moram aqui. A gente às vezes é criticado porque não atende um pedido ou outro. Agora, com tudo sendo discutido com a população, ninguém vai ter motivo para reclamar. Acho que todo mundo tem que tomar pé da situação das finanças do município, até para ver o que dá e o que não dá para fazermos. Vamos ter que negociar para ver o que é prioritário para a maioria da população. Já adianto para vocês que o cobertor é curto e pode ser que nem todas as reivindicações sejam atendidas. Com essa crise, a arrecadação vem caindo. E, quando falo em arrecadação, não é somente a do município, mas também a do Estado e da União. Sim, porque somos um município pequeno e a maior parte da nossa receita vem de transferências estaduais e federais. Portanto, temos que chegar a um acordo. O vereador Marcelo disse que estão aqui representantes de moradores de vários bairros, trabalhadores de diversos setores e moradores da área rural. Espero que todos aqui reunidos cheguem a um consenso sobre o que é melhor para o nosso município.

O vereador Marcelo pediu a palavra. Contou resumidamente todo o processo de mobilização até este momento de participação dos moradores na elaboração do Plano Plurianual do município. Ele, ainda, apresentou os grupos presentes, sempre seguido de palmas.

– Na verdade, senhor presidente, senhoras vereadoras e senhores vereadores, a população, aqui representada, não quer apenas participar deste processo, mas também acompanhar a execução do plano. Já estamos monitorando as contas do município e vamos acompanhar também a discussão do orçamento anual, quando chegar o momento. Conversamos com o prefeito sobre isso e ele garantiu que dará todo o apoio necessário. Entendo que são iniciativas como essa que fortalecem a democracia participativa. As pessoas que aqui estão sabem que não basta ir na urna e digitar seu voto e depois passar o resto do tempo criticando a nós, os políticos. Não estão aqui pensando em nos vigiar, mas em participar do processo de elaboração do Plano Plurianual e depois acompanhar a sua execução. A parceria com a sociedade, com certeza, vai melhorar a vida de todo mundo.

Ao final da audiência pública, ficou combinado que os representantes de cada área acompanhariam o trabalho em diálogo permanente com os relatores setoriais, aqueles que ficaram de cuidar dos investimentos em cada setor.

Divididas as tarefas, pensaram em reuniões semanais para cada um relatar o que está acontecendo em sua área.

– Desse jeito, a gente não vai fazer mais nada na vida! Não tenho tempo para vir ao município a toda hora - disse Adauto, o pequeno produtor rural que ficou encarregado de acompanhar todas as matérias que fossem de interesse de seu grupo do campo.

– Eu concordo com o Adauto. Eu, mesma estando na cidade, também tenho meus afazeres na escola e em casa. Por que a gente não cria formas de se comunicar sem a realização de reuniões semanais, sem a exigência da nossa presença física? - sugeriu a professora Juliana.

– É mesmo, tem tantas possibilidades de comunicação hoje em dia. Vamos fazer um levantamento para sabermos em que e como a gente pode usar as redes sociais que já existem e que muitos de nós, inclusive, já utilizamos - concordou Henrique, músico do município que organizou os artistas para irem à Câmara naquele dia. Eles saíram dali com a missão de pesquisar o que fosse necessário sobre comunicação virtual.

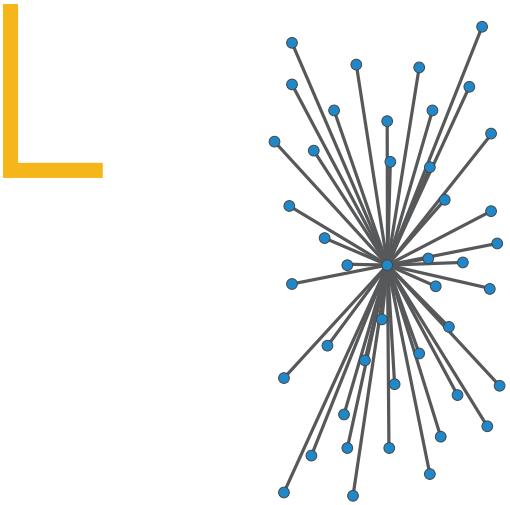
A COMUNICAÇÃO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

Nos dias de hoje, com tantas formas de diálogo entre as pessoas, é muito importante conhecer um pouco mais sobre Comunicação. E quando pensamos em comunicação, logo nos vem à cabeça um dos mais importantes avanços tecnológicos da humanidade: a internet.

Se antes a sociedade precisava da mediação dos meios de comunicação (jornais, TV, rádio) para ter acesso à informação, hoje qualquer pessoa, com acesso à internet, pode não só receber, mas também compartilhar informações por meio de texto, vídeo, fotos ou áudio.

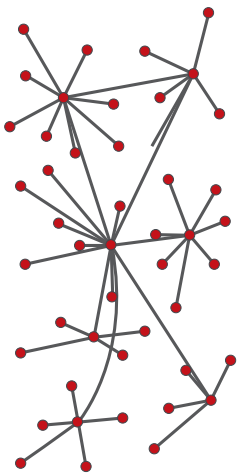
O Poder Público, por exemplo, atualmente tem menos dependência do trabalho da imprensa tradicional para se comunicar com a sociedade. E o cidadão, por sua vez, também pode conseguir a informação sobre as ações públicas diretamente com a fonte oficial, como vimos no Guia de Transparência e Orçamento Público.

A principal mudança trazida pelas novas tecnologias talvez seja a amplificação das relações sociais a partir de uma **comunicação em rede**. Antes, para divulgar uma informação, precisávamos do trabalho dos meios de comunicação. Ou seja, tínhamos uma **rede centralizada** que precisava dos veículos de comunicação para falar com **todos**.

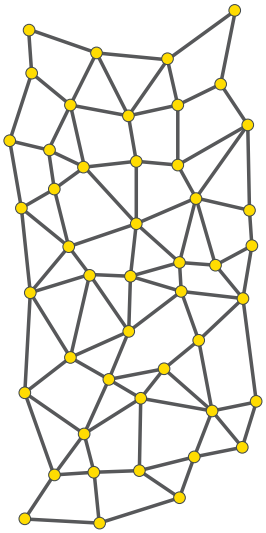


Fonte: Ugarte, David de. O Poder das Redes - Manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo. Disponível em https://pt.scribd.com/document/23701745/O-Poder-das-Redes-David-de-Ugarte

E a dependência dos meios de comunicação era também do Estado. Presidência da República, Governos Estaduais, do DF e Municipais lançavam mão dos veículos de comunicação para transmitir informações à sociedade, como única possibilidade de alcançar um número maior de pessoas. Desta forma, sendo o governo fonte de uma rede centralizada, parte-se para uma **rede descentralizada**, onde diversos canais disseminam essa mensagem para um grupo de pessoas.



Se agora qualquer pessoa com acesso à internet pode compartilhar uma mensagem, todos podem falar com todos. E isso faz muita diferença. Numa **rede distribuída**, os vários receptores/emissores podem até veicular informações de outras fontes, aí incluídos os meios de comunicação tradicionais, mas estas informações podem seu ponto de vista individual..



O QUE É REDE

A família - pai, mãe, filhos, filhas, tios, tias, agregados, parentes afetivos, os bichos que vivem em casa - é uma rede. As pessoas que se reúnem em torno de um curso formam uma rede. No *WhatsApp*, um grupo de amigos e amigas em conexão é uma rede que se interliga por diversas redes (de energia elétrica, de internet etc). Mídias digitais como *Facebook*, *Twitter, Instagram, Snapchat, WhatsApp, Telegram*, entre muitas outras, são meios tecnológicos em que as redes humanas se organizam, se encontram, trocam dados, informações, notícias, conhecimento, afetos.

Rede é definida tecnicamente como um conjunto de atores - humanos ou não - que se ligam de alguma forma, que se relacionam por algum motivo, em um ambiente digital ou não, num contexto social. Pode ser a rede elétrica, com cabos que saem de grandes estações e se distribuem até chegar às casas, fábricas, etc. Pode também ser a rede de amigos que moram no mesmo bairro e distribuem sopa para pessoas em situação de rua naquela região, que, mesmo ainda invisíveis para grande parte da sociedade, formam outra rede. Distribuidores de sopa e invisíveis vulneráveis conectam-se pela solidariedade. Esta rede é mais espalhada, por ela transitam outros atores governamentais, de assistência, de saúde, de educação, por exemplo.

Há, também, redes caracterizadas pela diversidade dos integrantes, como moradores de uma rua, do bairro, do município, ou como a rede que compõe a

escola, constituída de professores e estudantes com diferentes estágios de formação. O relacionamento se dá fisicamente e, também, mediado por computadores, por meio das linguagens da internet.

As redes, humanas ou não, têm algumas características em comum. Uma delas é a de agrupar-se, criar o que podemos chamar de pane-linhas. As pessoas reúnem-se em torno de interesses comuns: familiaridade, intimidade, amizade, proximidade geográfica, temas de interesse, trabalho, cultura. Alguns grupos são tão próximos que todos se comunicam com todos e formam teias consistentes, em geral pequenas (as redes coesas de adolescentes costumam ter muitos integrantes). Neste tipo de rede, costumam circular sempre as mesmas informações. Os laços entre estes atores são fortes e indicam que há confiança e comprometimento de todos, além da clara definição de responsabilidades entre eles.

Os participantes das redes não são iguais. Desempenham papéis diferentes, têm capacidades diversas e ligam-se a outras pessoas de outros grupos. Com as novas tecnologias, as redes já presentes no meio social se ampliaram, não só na possibilidade de participação de mais e mais atores, como também pelo aumento da capacidade de trocas entre as pessoas. As redes agora podem ser ainda maiores e com relações, ou conexões, mais intensas entre os seus atores.

Porém, as facilidades oferecidas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) trazem também novos problemas ou, pelo menos, novos desafios. O principal é, claro, como fazer melhor uso das ferramentas disponíveis para manter relações em rede (para difundir uma informação, para dialogar sobre um tema de interesse ou para produzir colaborativamente um documento, só para citar algumas das muitas possibilidades). E, para alcançar este objetivo, o primeiro passo é conhecer quais são as possibilidades de comunicação, ou seja, as mídias disponíveis. Esse é um exercício constante, já que a toda hora surgem inovações na área.

MÍDIAS DE COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DE COLABORAÇÃO

Podemos dividir as mídias hoje disponíveis em dois conjuntos:

A De **comunicação**: *Facebook*, *Whatsapp*, *Telegram*, *Instagram*, *Youtube*, *Snapchat*, *SoundCloud*, *Spotfy*, onde podemos compartilhar conteúdos em texto, audiovisuais, fotográficos ou apenas em áudio;

B De **produção coletiva e colaborativa**: *Google Drive* (e correlatos); os organizadores, como o Trello, Agendor e Asana;

Escolher a melhor ferramenta para o seu grupo é um ponto de partida importante. Com tantas particularidades de cada ferramenta, é fácil se perder entre tantas possibilidades. Tem que ser avaliado qual é o objetivo do grupo e quais são as habilidades daquela turma para uso de cada uma das ferramentas. Por isso, é sempre bom saber previamente com que ferramentas, ou softwares, os atores já estejam familiarizados e qual utilização fazem do aparato tecnológico.

FERRAMENTAS DISPONÍVEIS E FORMAS DE USO

Facebook

É uma plataforma bem intuitiva e simples de administrar. É possível postar de tudo, de conteúdo escrito a fotos, vídeos e gifs (sigla de Graphics Interchange Format, ou "Formato de intercâmbio de imagens"), em português, que permite a produção de animações ou pequenos clipes que são salvos como imagens e são mais leves que

os vídeos para serem transportados. É possível criar páginas pessoais, profissionais e grupos, fechados e abertos, como também mandar mensagens privadas para qualquer membro.

Além disso, a contagem de curtidas e visualizações oferece a possibilidade de acompanhar ao vivo e saber o desempenho e o alcance de uma página por seus administradores. É possível investir em publicidade, garantindo que seus *posts* (qualquer tipo de publicação) alcancem ainda mais usuários. O *Facebook* oferece consultores especializados para este tipo de atividade e conta com mais de 2 milhões de anunciantes ativos na plataforma.

Até o momento é a melhor ferramenta de promoção, divulgação e comunicação direta que se tem notícia. A programação (ou algoritmo) usado no *Facebook* filtra os assuntos que vão aparecer na sua tela (ou *timeline*), de acordo com a relevância que adquiriu a publicação no dia, no universo de usuários e, também, em conformidade com suas escolhas pessoais na rede (conteúdo que curtiu, comentou ou compartilhou e preferências ou temas de interesse).

Twitter

Surgido em 2006, o *Twitter* é um microblog que permite publicações de apenas 140 caracteres. Nele, os usuários podem seguir os perfis que mais interessam, criar listas de interesse específico, mandar mensagens privadas e ainda publicar fotos e vídeos.

É uma excelente forma de garantir uma interação rápida e direta com outros usuários (é possível replicar um post de outra pessoa) e de divulgar informações de maneira objetiva.

O *Twitter* também é uma ótima ferramenta para acompanhar eventos em tempo real. Por funcionar através de um fluxo constante de mensagens curtas, é uma boa maneira de se atualizar sobre um

acontecimento do qual não está participando, além de manter atualizados aqueles que não estão envolvidos em uma ação ou discussão em que você se encontra.

Mas, atenção! Seus seguidores no *Twitter* também devem acompanhar outros perfis e sua publicação poderá ficar perdida num mar de *tweets*. Por isso, o *Twitter* é recomendável para quem tem a possibilidade de atualizar constantemente a conta e, mais do que isso, tenha conteúdo para renovar. Se você acha que vai ter, no máximo, uma publicação por dia, talvez não seja um bom negócio. É, em resumo, uma boa ferramenta de acompanhamento e divulgação.

Whatsapp e Telegram

O *Whatsapp* é o aplicativo de troca de mensagens mais popular do mundo. Por meio dele, pode-se conectar a diferentes grupos com diversos interesses, transmitindo vários tipos de conteúdo, desde pessoais a profissionais, passando por diferentes níveis, do doméstico ao político, do informal ao internacional.

Como permite a comunicação em grupo e simultânea, além do compartilhamento de conteúdo em diferentes formatos, (texto, foto, vídeo e áudio), o *Whatsapp* pode ser considerado uma rede social. No início de 2017, o aplicativo incorporou a função do *Snapchat* (vamos falar mais adiante), que possibilita o envio de (fotografia e vídeo), que desaparecem em 24h, para os seus contatos.

Por funcionar em redes "fechadas" (já que para ver o que é compartilhado em um grupo é necessário ter sido incluído pelo participante que tem a licença de administrador), o *Whatsapp* é uma das ferramentas mais vulneráveis à disseminação de informações falsas. Ao contrário do *Facebook* ou do *Twitter*, é praticamente impossível localizar a autoria (ou fonte) da informação veiculada no seu grupo

Além disso, pode induzir a possíveis confusões quanto aos diferentes comportamentos em diversos grupos simultâneos, merecendo atenção! É muito comum, por exemplo, a postagem de assunto de um grupo, em outro. É aquele conhecido "ops, desculpe, grupo errado", o que às vezes pode causar algum constrangimento.

O *Telegram* é um aplicativo - ou rede - semelhante ao *Whatsapp*. É de origem russa e oferece as mesmas funcionalidades, com a diferença dos emoticons e a promessa de ser mais seguro na questão da criptografia das mensagens e dados. O número de pessoas que usa o *Telegram* é menor e o programa é mais pesado que o *Whatsapp*, entretanto, pode ser mais interessante de usar em função da segurança dos dados.

É importante lembrar que as mensagens trocadas nos grupos devem limitar-se ao tema, sob risco de perder a adesão dos integrantes e até mesmo a credibilidade do grupo. Mais do que à relevância, é preciso ater-se à veracidade do que se publica.

E-mail

O bom e velho e-mail não pode ficar de fora. Início de toda a comunicação instantânea da internet, o e-mail comporta todas as funcionalidades de um serviço de troca de mensagens, como o *Whatsapp*, sem o caráter tão imediato. No entanto, serve muito bem para a transmissão de mensagens extensas, com anexos e/ou que exijam discussões longas. Alguns servidores, como o *Google*, reúnem todos os e-mails de uma conversa em uma única aba, permitindo que o assunto seja totalmente revisitado apenas indo para cima ou para baixo.

O e-mail continua sendo uma forma segura de manter documentos e conversas a salvo, além de trabalhos colaborativos, porque tem a possibilidade de editores de texto acoplados a alguns e-mails, que podem ser compartilhados entre vários usuários. É uma boa ferramenta para elaborar material e realizar discussão em grupo.

Google Docs

É uma ferramenta do e-mail da *Google*, o *Gmail*, que permite a elaboração de textos, apresentações e tabelas colaborativamente, *online* (em tempo real) e de maneira muito simples. Os editores são feitos como os já conhecidos programas da Microsoft (*Word*, *PowerPoint* e *Excel*) e podem ser compartilhados com um número considerável de pessoas, o que propicia escolher aqueles usuários que estão autorizados a editar e aqueles que podem somente ver os conteúdos. Além disso, o *Google Docs* viabiliza a criação de formulários de pesquisa, com um bom sistema de apresentação dos dados coletados, e mesmo o armazenamento de documentos importantes na nuvem, de fácil acesso a todos aqueles que tenham a permissão dada pelo autor, ou seja, a pessoa que elaborou o documento.

Instagram

Um dos aplicativos que mais cresceu nos últimos anos, o *Instagram* ajudou a fortalecer a cultura do *selfie* (um auto-retrato, sozinho ou acompanhado) e, também, a alavancar mercados e perfis até então desconhecidos.

A interação se dá por meio de fotos e vídeos muito curtos, de até 15 segundos. Recentemente, o aplicativo iniciou a transmissão de vídeos ao vivo, o que ampliou ainda mais a possibilidade de interação. Perfis coletivos podem aproveitar o alcance do canal para divulgar fotos e vídeos, além de fazer transmissões com informações rápidas, denúncias de mau uso de recursos públicos, cobrando, em rede aberta, providências do Estado, por exemplo.

Snapchat

É um aplicativo de celular que transmite vídeos e imagens de curta duração, com escrita e desenhos, para grupos específicos ou pessoas escolhidas pelo usuário. O diferencial é que as imagens desaparecem completamente após, no máximo, 24 horas.

Para utilizá-lo, não é exigido um grande conhecimento técnico, pois oferece funções fáceis de customização e figuras prontas para adicionar à foto ou vídeo.

Similar ao *Twitter*, ao *Snapchat* e ao *Instagram* é uma ótima maneira de envolver mais pessoas em um evento ao vivo, com a vantagem de poder difundir pequenos vídeos, trechos de uma solenidade ou bastidores de momentos importantes. É possível, em tempo real, a atualização instantânea de algo que ocorre longe de você, dependendo unicamente da frequência da transmissão do outro lado.

Outras ferramentas

Há muitas outras formas que permitem a comunicação por diversas frentes e com vários objetivos. Semelhante ao *Facebook*, existem redes sociais de comunicação, como o *Google+* ou *Google Plus*, que possuem basicamente as mesmas funções do primeiro, podendo inclusive reproduzir conteúdos nele.

Competindo com o *Snapchat* e agora com o *Instagram*, existe o Periscope, um aplicativo de streaming, ou seja, de transmissão ao vivo, que pertence ao *Twitter*. Permite também seguir pessoas e ser seguido.

O *YouTube* é a maior plataforma de compartilhamento de vídeos em nível mundial. Viabiliza encontrar e compartilhar de tudo, desde videoclipes do momento e do passado, a videoaulas de dança ou palestras sobre a Lei da Transparência.

O *Pinterest* é uma rede visual, baseada no compartilhamento de imagens, com seleção de temas específicos e ferramentas de busca com tags, ou identificações que facilitam através de palavras específicas (como as hashtags do *Twitter*).

Após uma semana, os representantes de cada um dos grupos de acompanhamento das ações públicas se reuniram para relatar o que tinha acontecido em cada uma das áreas da discussão do Plano Plurianual do município mas também para decidir como iriam se comunicar ao longo do trabalho que já estavam desenvolvendo.

Juliana havia pedido ajuda à bibliotecária Gabriela, que trabalha na Biblioteca Municipal, para fazer um levantamento de todas as ferramentas existentes na internet. Ela apresentou os resultados e o grupo começou a discutir sobre as melhores possibilidades de utilização. Uma das conclusões é que deveriam usar uma ferramenta que todos já conhecessem para outras finalidades. Aí ficaria mais fácil para todo mundo participar. As mais manuseadas eram o *Whatsapp* e o *Facebook*.

– Então, gente, eu e a Gabriela pensamos em adotar uma forma de comunicação rápida para informar a vocês sobre reuniões e outras agendas, mas o *Whatsapp* tem um número máximo de participantes em cada grupo. Por isso, a nossa sugestão é criar uma rede dos representantes de cada grupo. Aí nós seríamos os pontos focais para aquele determinado assunto. Mas, também, será necessário informar os outros integrantes de cada um dos grupos restantes. Então, cada um dos pontos focais vai criar um outro grupo e repassará as informações de interesse dos participantes, e vice-versa.

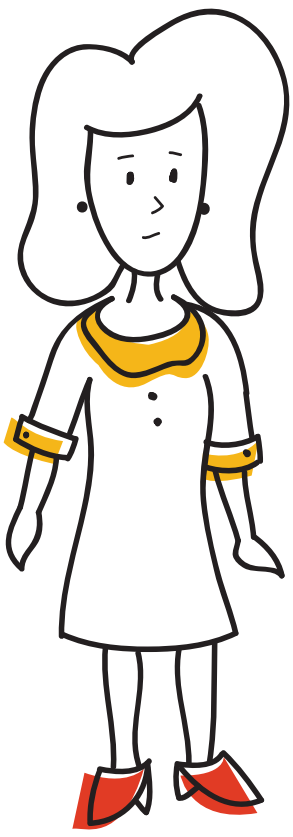
– Mas, a gente também pode precisar compartilhar um documento, por exemplo. Aí vai encher a memória do *whatsapp* de todo mundo... - alertou o vereador Marcelo.

– Pois é, para documentos com acesso a todos ou para produzir algum outro, com a opinião de todos, pensamos no *Google Drive*, a ferramenta do *Gmail* que também quase todo mundo já utiliza, pelo que eu vi na lista de contatos dos participantes - lembrou a bibliotecária Gabriela.

Independentemente de ter um documento para discutir ou produzir, precisamos de um espaço para ouvir a todos. Tipo um fórum pela internet - lembrou o vereador Marcelo.

– Por que a gente não cria um grupo no *Facebook*, com todo mundo lá? - sugeriu a professora Juliana.

A maioria gostou da ideia e foi o que fizeram. Desenvolveram os grupos de *Whatsapp* e, também, no *Facebook*, com cada ponto focal responsável em agregar seu grupo ao espaço no *Facebook* e criar um lugar próprio de diálogo no *Whatsapp*.



COMO FACILITAR A COMUNICAÇÃO DO GRUPO

Atualmente, com os *smartphones*, aplicativos e redes sociais, somos capazes de nos comunicar diretamente e simultaneamente com diversos grupos. Esta alternativa deve ser encarada também como uma oportunidade de reunir redes em torno de temas que interessam às comunidades, como a prática da cidadania.

Utilizando redes sociais

É por meio de um conjunto de tecnologias que as redes sociais se fortalecem e se disseminam para o dia-a-dia, em qualquer lugar, e não mais apenas em frente a um computador. O uso correto dessas tecnologias proporciona como possibilidades: a) rápido acesso à informação, b) disseminação imediata de conhecimento, c) eficiência na produção e transmissão de informação e conhecimento.

Regras de uso e de conduta ética

Diante das infinitas possibilidades e da instantaneidade da comunicação em rede, é necessário, assim como no mundo real, saber diferenciar os melhores comportamentos daqueles que não são adequados, para não expor, perder ou prejudicar nenhuma relação.

Evite, portanto, comentários preconceituosos, agressivos ou inadequados ao grupo ou ao momento. Às vezes, uma pequena opinião tem um impacto negativo e gera desconforto e desarticulação em um grupo ou até mesmo um processo judicial. Não podemos esquecer, ainda, que tudo o que é compartilhado ou postado pode ser guardado por outras pessoas, mesmo depois de apagado.

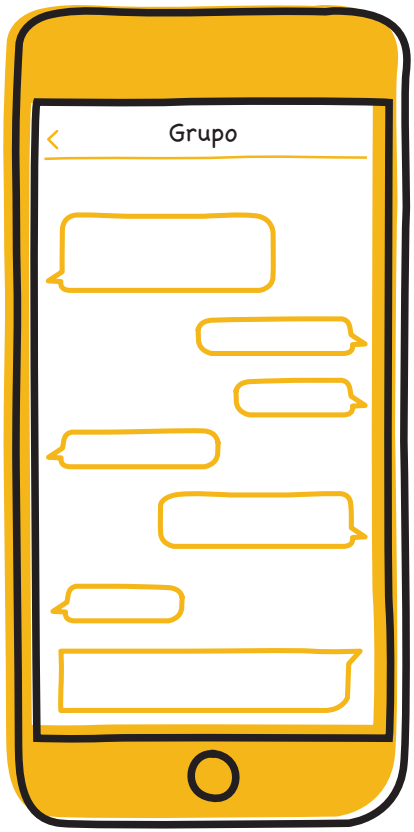
Há regras também que dizem respeito à **linguagem específica** das redes e das diferentes ferramentas:

- Deve ser clara e sem erros ortográficos;
- A escrita em letras maiúsculas é agressiva e representa um tom de voz elevado;
- Figurinhas, apesar de enfeitarem a mensagem, podem superar e mesmo desviar a atenção do conteúdo.

Sobre imagens - fotos ou vídeos:

- Fique atento à definição dos vídeos e fotos, de forma que a imagem não fique borrada ou irreconhecível;
- Nunca compartilhe conteúdos inapropriados, como violência contra animais e pornografia;
- Não exponha pessoas em fotos, vídeos, ou em comentários;
- Respeite os momentos e locais de publicação, lembrando que um grupo de trabalho é diferente de um grupo de família, por exemplo.

Notícias falsas, jamais! As redes estão lotadas de informações enganosas. E passá-las adiante não fará bem nenhum e incentivarão boatos.



O clima ficou tenso na reunião da Comissão de Orçamento da Câmara dos Vereadores. Antes desse encontro, surgiu em um dos grupos de *Whatsapp* um boato sobre a intenção do prefeito de alocar quase todos os recursos disponíveis para a instalação de uma indústria no município. O dinheiro seria investido para garantir a infraestrutura urbana necessária à abertura da empresa em uma área afastada da cidade.

Representantes de todos os grupos presentes eram contrários à suposta intenção do prefeito. O chefe do Executivo foi chamado às pressas por um vereador da base governista, para explicar a situação.

– Senhoras e senhores, vim aqui para esclarecer essa história de dinheiro da Prefeitura para a instalação de uma indústria no município. Não é verdade que todo o recurso previsto para investimentos está direcionado para a tal empresa. Não apresentamos e nem vamos fazer proposta nesse sentido. Não sei de onde surgiu esse boato, mas deve ter vindo de alguém muito mal intencionado, que pegou um pedaço de verdade e transformou numa grande mentira. Outro dia vi num programa de entrevistas na TV que agora chamam isso de pós-verdade. Na minha opinião, está mais para pós-mentira... O que está acontecendo de fato é que estamos negociando com um banco de investimento, com apoio do governo estadual, um empréstimo de longo prazo e com taxa de juros diferenciada, para a infraestrutura de um novo bairro no município, onde essa indústria mostrou interesse em se instalar. Como a chegada dessa empresa vai aumentar a nossa arrecadação de impostos, o empréstimo irá mais do que se pagar e, ainda, vamos trazer desenvolvimento para o município. Ou vocês acham que gerar empregos para quem vive aqui é ruim? - defendeu o prefeito.

A princípio, ficaram todos em silêncio, pensativos. Até que um dos vereadores resolveu falar:

– Senhor prefeito, concordamos que é preciso trazer investimentos para o município, principalmente empreendimentos que gerem empregos para a população, mas o que deixou todos de orelha em pé é que os recursos, que são poucos, seriam direcionados para isso. Agora, o senhor dizendo que não é, a coisa muda de figura. Porque temos aqui várias reivindicações para a melhoria dos nossos serviços públicos.

De fato, cada relatoria setorial do Orçamento recebeu uma lista de aperfeiçoamentos necessários, que foram apontados pelos grupos de acompanhamento do Plano Plurianual.

Prefeitura

Empregos para a população

Saúde da família

Centro Cultural

Plano Plurianual

O pessoal da saúde pediu melhorias nas unidades básicas de saúde e, também, a instalação de um núcleo de apoio à saúde da família, com espaço para práticas corporais e fisioterapia.

Para a educação, era preciso ampliar uma escola e reformar outra. Além disso, o grupo queria a construção de um lugar para a prática esportiva dos estudantes.

Os pequenos produtores rurais pediram benfeitorias nas estradas de acesso a suas propriedades e a construção de um local para realização das feiras nos fins de semana.

Já os artistas queriam um centro cultural, com espaço para aulas e um palco para apresentações.

– Vi que vocês têm muitas propostas para incluir no Plano Plurianual - continuou o prefeito - mas vocês vão ter que entrar em acordo, em conjunto com os vereadores, para decidir o que é melhor para a cidade. Vamos ter que eleger prioridades, porque o dinheiro não vai dar para tudo isso que vocês reivindicam.

As palavras do prefeito tiveram efeito de um balde de água fria no ânimo dos representantes de cada grupo. Após a sessão, conversaram com os relatores da matéria e viram que, de fato, os recursos previstos para cada uma das áreas não seriam suficientes para as obras demandadas. Tirando as ações consideradas emergenciais (reforma de escola, conservação de estradas etc), o que sobrava em cada setor não era suficiente para construção de quadra de esportes, praça, centro cultural ou feira dos pequenos produtores rurais.

Os pontos focais de cada grupo reuniram-se no dia seguinte para discutir o que fazer diante da falta de recursos para atender a todos.

– Gente, antes de discutirmos a questão dos recursos no PPA, acho importante fazermos uma reflexão sobre esse boato dos recursos da Prefeitura para a tal indústria e que gerou aquela confusão na sessão da Comissão de Orçamento da Câmara - sugeriu o vereador Marcelo.

– É verdade, perdemos muito tempo nos últimos dias conversando sobre uma informação que era falsa. Acho que a gente tem que esclarecer isso nos nossos grupos. De agora em diante, recebeu uma informação ou ouviu um boato, antes de espalhar tem que confirmar se aquilo é verdade. Essa questão mesmo poderia ter sido facilmente resolvida com uma conversa na Prefeitura. Vocês viram, o prefeito levou até documentos que comprovam o que ele estava falando - disse o médico Amaury.

– Também achei isso muito chato. Eu e a Gilda até falamos sobre isso ontem. Aí a gente atentou para um detalhe: os nossos grupos de *Whatsapp* e do *Facebook* não têm regras de uso. Muita gente ficou chateada também porque as pessoas postam piadas e outras coisas que não têm nada a ver com os nossos objetivos. Acho que temos que fazer um texto deixando claro que as pessoas só devem postar conteúdos relacionados ao tema da nossa discussão, que valorizem o debate para o entendimento - disse a professora Juliana.

Todos concordaram. Juliana e Gilda ficaram encarregadas de escrever os termos de uso para participação nos grupos.

– Bem, com isso resolvido, precisamos decidir sobre nossa proposta para o PPA. Na minha opinião, a gente deve convocar uma plenária para discutir o assunto - avaliou o vereador Marcelo.

Mas a bibliotecária Gabriela e a professora Juliana sugeriram algo diferente.

– Por que não fazemos uma pesquisa com toda a população? Podemos fazer por meio de um formulário no *Google*... - sugeriu Juliana.

Foi o que fizeram. Divulgaram a votação pela cidade, pedindo para todos votarem. O endereço da votação viralizou nos grupos de *Whatsapp*.

Alguns dias depois, quando foram olhar o resultado da pesquisa, viram que, estranhamente, as propostas estavam praticamente empatadas. Gerou um impasse. Não havia como apoiar uma proposta em detrimento de outras se a população, a maior interessada e beneficiada com o equipamento público que fosse construído, estava dividida.

Elas também tinham buscado opiniões no *Facebook*, mas sem uma proposta clara, ficava difícil todos opinarem. O espaço de um post não era adequado para expor as ideias. A estrutura do *Facebook* também fazia com que algumas sugestões se perdessem, se pouca gente visse, curtisse ou compartilhasse. Aconteceu ainda de muita gente não ter entrado no grupo do *Facebook*. Muitos moradores do município, especialmente os mais velhos, ainda eram adeptos do e-mail, mas não tinham para quem mandar suas opiniões, porque não existia um endereço de correio eletrônico para isso.

– A gente fica pensando em modernidades, mas esquece que ainda tem pessoas que preferem formas mais antigas de se comunicar - refletiu Gilda, professora de português que trabalhava na mesma escola de Juliana.

– Olha, eu acho que isso aconteceu também porque na verdade só respondeu ao questionário quem já faz parte de algum grupo. Não teve muita divulgação. E se a gente criasse um *blog* com as propostas, para que todos possam opinar? - apontou Gabriela, a bibliotecária.

– Mas aí vai ter que ter mais divulgação. Vamos espalhar a notícia. Temos que procurar todas as associações de moradores, as igrejas, sindicatos, mobilizar todo mundo - disse Juliana.

– Isso, os professores conversam com os alunos para as famílias participarem e nós, da saúde, podemos também apoiar, principalmente os Agentes Comunitários de Saúde, que já percorrem o município todo nas visitas domiciliares - apoiou Amaury, o médico.

No computador da biblioteca, Juliana e Gabriela encontraram um servidor gratuito para blogs, escolheram um leiaute (projeto gráfico) entre os oferecidos e cadastraram um endereço de e-mail no qual poderiam receber propostas a serem postadas pelos moradores.

Feito isso, arregaçaram as mangas para mobilizar a população. Anunciaram o *blog* no grupo do *Facebook* e nas páginas pessoais da rede social, disseminaram também a informação nos grupos de *Whatsapp*. Além disso, os comerciantes se cotizaram para pagar novamente o carro de som para divulgar a consulta popular. Também espalharam pequenos cartazes no município, informando o endereço do *blog* e o objetivo da iniciativa.

ALTERNATIVAS DE MOBILIZAÇÃO COMUNITÁRIA - ENCONTRANDO NOVOS ATORES SOCIAIS

As atividades de controle social e transparência visam fiscalizar o Poder Público em benefício de toda a população. As ações de bem estar comum requerem uma participação ampla e coletiva. Para isto, é necessário identificar os atores comunitários que podem se engajar na atividade. Além dos que trabalham com a atividade específica, há outras organizações consolidadas que devem ser acionadas no processo de formação da rede comunitária.

O ideal é fazer o mapeamento de escolas, igrejas, associações de moradores e condomínios, rádios comunitárias, postos de saúde, Centros de Saúde da Família, postos policiais e demais organizações governamentais e não-governamentais do território.

ADAPTANDO AS FORMAS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADA PARA GRUPOS MAIORES

As mídias sociais e as mídias livres são as formas mais eficazes de ampliar e compartilhar informações de maneira massiva ou direcionada. A propagação das mensagens, no entanto, deve contar com um relacionamento prévio intersetorial e interorganizacional. Confira algumas dicas:

- Grupos maiores requerem uma adaptação da linguagem para a pluralidade envolvida.

- Outro passo importante passa pela integração do indivíduo ao social, posteriormente ao grupo e em seguida ao tecnológico.

- Passada a etapa em que o grupo está integrado, o principal objetivo é disseminar a informação de uma só vez pelo meio escolhido. Aqui é importante diferenciar as mídias sociais das livres. A mídia livre é aquela desenvolvida no modelo de um grupo social e que se contrapõe em forma, conteúdo e financiamento à mídia tradicional.

- Podemos citar como meios de mídia alternativa ou livre as rádios, TVs e jornais comunitários, etc.

- A mídia livre é, em si, como base fundamental, uma ferramenta de organização social e política.

- O valor essencial da mídia alternativa e livre é romper o modelo tradicional e corporativo de que existem emissores e receptores de mensagens. Nesta instância, o receptor pode passar a ser emissor e a desenvolver papéis plurais, o que impulsiona o protagonismo e a integração de outros grupos a um determinado eixo social.

- As mídias sociais, embora ligadas a grandes corporações de comunicação, são ferramentas eficazes de propagação de ideias, por não gerar custo econômico imediato aos usuários e possibilitar a emissão de mensagens de maneira rápida, simultânea e alcançar territórios mais amplos.

- As mídias sociais podem ser utilizadas como chamariz de grupos para ampliação de projetos sociais.

- A chamada webcidadania propõe a construção de mídias sociais voltadas para determinado tema e que possam ser acessadas pelo maior número de pessoas possível.

- Este tipo de mídia proporciona diferentes tipos de linguagens, entre elas os memes, emoticons e outras ferramentas imagéticas de maior alcance.

- Nas mídias sociais, a linguagem pode ser infinitamente mais coloquial e enxuta.

BLOG

É uma ferramenta cibernética de baixo custo, utilizada para um público específico, onde, geralmente, são tratados assuntos direcionados a um grupo que se interessa por um tema mais delimitado. As vantagens do desenvolvimento do *blog* nos projetos de controle social são:

- O custo zero e a possibilidade do uso de plataformas, como *Blogspot*, *Wordpress*, *Blogger* e outros que não exigem conhecimento amplo em novas tecnologias.

- Estas plataformas exigem apenas a criação de um cadastro simples, geralmente, com o nome, e-mail e informações básicas. O blogueiro pode iniciar as postagens.

- As plataformas possuem passo a passo para a construção dos *blogs*, personalização e adequação ao conteúdo que vai ser desenvolvido.

- Os *blogs* possuem um melhor posicionamento nos buscadores de conteúdos porque exigem a utilização de palavras-chave no momento da postagem, as chamadas tags. Quando um internauta utiliza um buscador para encontrar informações sobre determinado assunto, a chance de o *blog* aparecer como primeira alternativa é maior.

- O *blog* possui a mais possibilidade de postagens curtas e de opinião em relação ao site.

- Exige alimentação frequente, que pode ser definida em certa periodicidade ou à medida da necessidade de divulgação do conteúdo produzido.

- O acesso a conteúdos anteriores é mais fácil. Em todas as plataformas, há uma caixa do lado direito que organiza as postagens por data, o que dá ao internauta a possibilidade de acompanhar o

desenvolvimento do projeto desde o início, ainda que chegue ao *blog* depois de muito tempo do início das postagens.

- A organização também é feita com os comentários, o que possibilita medir a reação do internauta por postagem.

- O *blog* ainda permite ao blogueiro acompanhar o alcance do conteúdo porque tem uma contagem em tempo real do número de acessos, das postagens mais procuradas. As contas podem ser feitas por dia, mês, ano e até local de acesso.

SÍTIO ELETRÔNICO (*SITE*, EM INGLÊS)

O sítio é uma das ferramentas de apresentação do projeto para pessoas que desejam conhecer os conteúdos produzidos e, também, buscar as principais informações sobre o tema desenvolvido. Para criar um sítio é preciso, antes de tudo:

- Ter um domínio. Criar o nome do sítio e se vai ser ".com", ".info", ".net" e outras diversas possibilidades de domínios.

- O nome do sítio deve ser ligado ao tema tratado pelo conteúdo. Isto facilita a busca e a divulgação.

- Os domínios, geralmente, são pagos. Diversas empresas trabalham com a venda e o gerenciamento de domínios.

- A criação do domínio é rápida e exige apenas o cadastro do nome do sítio, um endereço de e-mail e uma senha.

- Em alguns sítios gratuitos é possível obter domínio e hospedagem ao mesmo tempo.

A hospedagem é o local onde as páginas do sítio ficam alojadas, que é o servidor. Neste espaço é desenvolvido todo o planejamento do sítio, a alimentação de páginas etc. Este serviço também pode ser pago. As hospedagens mais baratas podem sair entre R$ 30 e R$ 50 por mês.

O sítio é mais formal, onde se publica, além de conteúdo, as informações sobre o projeto, os contatos e as abas com informações adicionais. É o rosto, a apresentação do trabalho desenvolvido.

Existem ferramentas gratuitas que auxiliam na criação de sítios como o *webnode*, o *Google Sites*, *Wix* e outros.

A plataforma deve ter as possibilidades de publicações em textos, fotos, vídeos e diversas outras possibilidades.

O conteúdo mais importante e de maior relevância deve ficar no topo da página, com destaque e as outras informações podem ser dispostas de acordo com a importância ou procura do público.

No sítio é possível medir a quantidade de acesso às páginas e aos conteúdos individuais, o que pode levar a uma adaptação na disposição da página para facilitar a busca do internauta.

GRUPOS FECHADOS NO FACEBOOK

Servem para otimizar informações que devem ser debatidas somente com pessoas pertencentes a determinada organização. No espaço podem ser postados conteúdos e debates. Confira as dicas abaixo:

Para criar um grupo fechado deve-se ir ao bloco do lado esquerdo do *Facebook*.

Na categoria “grupos”, haverá o item “criar grupos”.

Para realizar o cadastro, é preciso preencher janelas que se abrem automaticamente no *Facebook* e escolher o nome do grupo e os membros que vão participar.

Para adicionar os integrantes, basta digitar os nomes utilizados por essas pessoas no *Facebook*. O próprio aplicativo identificará e oferecerá as opções para o administrador do grupo.

Para que o grupo seja fechado, a janela "privacidade" é a mais importante. O administrador tem três opções (público, fechado e secreto) e deve clicar na opção "fechado".

Nos grupos fechados, qualquer pessoa pode encontrar o grupo e ver quem está nele, mas não pode ver o conteúdo publicado, segundo definição do *Facebook*.

Para participar do grupo, o internauta deve solicitar a participação, que será analisada e autorizada pelo administrador. Se aceito, pode acompanhar as publicações e publicar conteúdo.

O grupo secreto não aparece na busca do *Facebook*, somente os membros sabem da existência. Esta é a diferença entre grupo fechado e grupo secreto.

O espaço do grupo fechado pode ser utilizado para debater temas internos, especialmente quando há impossibilidade de encontros presenciais.

O grupo, assim como os perfis, permite a publicação de fotos, vídeos, localizações, comentários e outros.

OUTRAS FORMAS ABERTAS DE ENCONTROS DE REDES

Os passos iniciais utilizados para a formação de um grupo fechado no *Facebook* são os mesmos para a abertura de um grupo aberto, que pode proporcionar a interação com outros grupos sociais ou indivíduos. São os seguintes:

A diferença entre estabelecer o status do grupo em fechado ou aberto está na escolha da privacidade, que deve ser "público".

Neste caso, o conteúdo pode ser visto por quem não é membro do grupo e para fazer parte não necessita uma autorização do administrador.

Além destas possibilidades, o *Facebook* ainda traz a opção de transmissão de vídeos ao vivo, que pode servir para o acompanhamento de atividades à distância.

Para fazer uma transmissão ao vivo, abra o aplicativo do *Facebook* e clique na janela de publicação "o que você está pensando", ali vão abrir diversas opções de atividades, entre elas "vídeo ao vivo", clique em continuar, adicione um título ao vídeo e clique em transmitir.

Esta modalidade pode ser utilizada para a transmissão de eventos, reuniões e outras atividades, mas não permite a participação do espectador.

O *blog* da participação social foi um sucesso. Vieram sugestões de todos os lados. Todas tinham algo em comum: cada um defendia a proposta que mais lhe beneficiava. Os idosos queriam que o recurso fosse para a saúde. As mães de alunos da educação básica reivindicavam todo o recurso disponível para investimento nas escolas, como forma de o município "investir no futuro".

Os produtores rurais não participaram muito no *blog*, mas entraram em campanha na feira semanal, mostrando para toda a freguesia os benefícios de um local de compras mais confortável, numa área coberta, por exemplo.

Isso estava deixando os organizadores da consulta desanimados. Mais uma vez, cada um puxava a sardinha para seu lado. Pelo menos era um debate divertido. Teve até a participação de uma turma de adolescentes da cidade, que gravaram um rap para defender a construção da praça, mas com uma pista de skate "radical".

Os idosos que participavam de um grupo de atividade física fizeram fotos para mostrar como era pequena a sala da unidade de saúde onde se encontravam para se exercitar. Defendiam que o recurso fosse aplicado na saúde, em um espaço que todo mundo iria precisar um dia, para envelhecer com qualidade de vida. "Afinal de contas, só não fica velho quem morre", argumentavam.

Cada proposta era acompanhada de manifestações favoráveis e contrárias, de acordo com os próprios interesses.

Quando já estavam todos achando que o debate não levaria a lugar nenhum, muito menos a um consenso, eis que o Vicente, poeta conhecido da cidade, resolveu dar sua opinião.

blog

ARQUIVO
2017
janeiro ▾
fevereiro ▾
março ▾
abril ▾

Vicente Sá

Podendo juntar, por que separar?
Melhor que viver
É compartilhar, conviver
Um espaço para idosos é muito legal
Com jovens praticando skate, nada mal
Quadra de esporte nele tem que caber
A arte e o comércio juntos
Acredite, tem mais poder
E se tiver uma praça em volta
A cidade fica mais bela.

No sábado aqui vai ter feira e eu estarei nela
Domingo também terá show
E João do Alface vai assistir
Assim será o novo convívio

Para que separar se pode unir?
Um espaço multiuso
Por todos nós administrado
Contempla os muitos sonhos
E pode ser realizado.

Ana Araújo
Arrasou, poeta! É isso mesmo!

Afonso
Rapaz, que ideia boa. Como ninguém pensou nisso antes?!

Todo mundo topou a proposta do Vicente. Assim, sugeriram aos vereadores que o pouco recurso de cada área fosse investido em um espaço multiuso, que atendesse às necessidades de cada um dos pleiteantes. O desafio agora era criar um espaço onde fosse possível a prática de atividades físicas de adultos e estudantes das escolas de educação básica, apresentações artísticas, aulas de artes (música, pintura, dança etc) e que comportasse a realização de uma feira.

Os vereadores, constatando que a decisão contava com apoio da maioria, foram unanimemente favoráveis à proposta, também aceita pelo prefeito.

Os meses se passam e, com a proposta aprovada, o grupo original continua se reunindo. Agora, os professores pensam em incluir no projeto pedagógico das escolas a Transparência Pública como tema transversal. Com a facilidade dos mais jovens com a tecnologia, os adolescentes seriam ótimos monitores para auxiliar os adultos na busca de informações não só no Portal da Transparência do município, mas também em outros sítios de interesse na internet.

Com a aproximação do fim do ano, um novo encontro foi convocado, para discutir formas de apressar a construção do espaço multiuso.

- Foi muito importante o que conseguimos. Não só pelo espaço que teremos, mas também pela mobilização que envolveu a cidade toda. Eu acho que a gente devia contar essa história - sugeriu Eunice, a esposa do vereador Marcelo, que dava aulas de história na Escola Municipal Frei Caneca, aquela onde aconteceu a primeira conversa dos professores sobre Transparência.

- Bem, é certo que vamos fiscalizar essa obra. Por que a gente não documenta tudo em vídeo? O que fizemos pode ser exemplo para outras pessoas - disse Otávio, o contador que ajudou a todos nas primeiras buscas por informações.

- A ideia é bacana. Já pensou a gente mostrando o trabalho todo, da pedra fundamental à inauguração? E se a gente acompanha a construção, vai ter certeza que a obra não vai parar, como muitas que a gente vê por aí. Mas para isso a gente vai ter que aprender a fazer vídeo... - lembrou o músico Henrique.

- Agora que eu e a Juliana estamos craques em internet, podemos encontrar alguma orientação na rede - disse Gabriela, a bibliotecária..

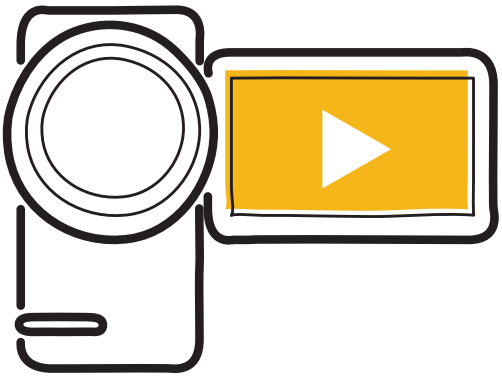
COMO PRODUZIR MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO ENTRE GRUPOS E COM A COMUNIDADE

A Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada em 2015, pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR), sobre o uso dos meios de comunicação por parte da população brasileira, apontando o que muita gente já suspeitava: apesar da TV ainda ser o meio de comunicação mais presente na vida dos brasileiros (95% assistem TV e mais de 70% ficam mais de 4 horas e meia por dia em frente ao aparelho), 48% da população já estava conectada à internet por quase cinco horas diárias, em média. Este índice deve ter aumentado consideravelmente desde então, principalmente graças à popularização dos *smartphones*, que permitem acesso a redes sociais e a um número imensurável de aplicativos para as mais diversas finalidades. Entre as redes sociais, a mais utilizada em 2015 era o *Facebook* (83%), seguido pelo *Whatsapp* (58%) e *Youtube* (17%).

Mesmo com a migração da audiência para a internet, a preferência ainda é pelo audiovisual. Os responsáveis pelo *Youtube* calculam que cada internauta passe 1 hora e 15 minutos por dia assistindo a vídeos na web, tempo de permanência que vem crescendo a um ritmo de 25% ao ano. Um levantamento feito em 2016 mostrou que a plataforma tinha 1 bilhão de usuários no mundo todo, que postam 400 horas de conteúdo por minuto. Mais da metade desse material era consumido por aparelhos móveis (principalmente telefones celulares).

Tais números demonstram a importância do uso do audiovisual em qualquer estratégia de comunicação, independentemente da idade, escolaridade das pessoas ou finalidades da tática adotada. E as ferramentas e equipamentos disponíveis para produção de vídeos a cada dia são mais acessíveis e simples de usar.

Por isso, vale buscar orientação sobre como produzir conteúdo utilizando as diversas plataformas, que se complementam: vídeo, áudio, texto e fotografia. Com estas ferramentas, o cidadão pode ter uma participação mais ativa na sua comunidade, produzindo e distribuindo seu próprio conteúdo.



PRODUZINDO VÍDEOS COM FERRAMENTAS DISPONÍVEIS

Hoje os celulares estão cada vez mais acessíveis, câmeras fotográficas gravam com boa qualidade, há softwares de edição gratuitos e na internet vários programas ensinam, passo a passo, a definição do roteiro, a linguagem audiovisual, as técnicas de gravação e como fazer edição. Sem contar que a própria internet pode ser a sua janela de exibição. Você pode ter a sua mídia exclusiva em um canal no *Youtube*, por exemplo.

Da mesma forma, se você quer denunciar algo de errado na sua vizinhança, como um buraco na rua que já ameaça a segurança de motoristas e pedestres, não precisa mais de uma emissora de TV para ir até o local e fazer uma reportagem. Você pode gravar imagens e ainda fazer algumas entrevistas com quem estiver por ali ou tenha alguma coisa pra contar sobre aquele problema específico. A técnica da entrevista é muito usada na linguagem jornalística, há vários livros e vídeos explicando como realizar boas entrevistas.

As emissoras de rádio e TV, assim como o ambiente digital se utiliza cada vez mais de imagens captadas pela população. A figura do "repórter cidadão" ou "cinegrafista amador" é debatida na área do Jornalismo Colaborativo, e servem para diferenciar do jornalista profissional. Ou seja, uma pessoa presencia e registra uma cena ou narra um fato, mas isso não significa que seja um profissional da área. As gravações colaboram, sim, na construção da notícia e cada vez mais são estimuladas, especialmente os flagrantes. Incluem-se aí câmeras de segurança e outras formas que a tecnologia vier a introduzir no cotidiano das pessoas e das cidades.

Quanto às técnicas e a adequação da linguagem, é importante lembrar que fazer vídeo se aprende fazendo. Quanto mais você estudar e praticar, melhor será o resultado. Entretanto, não basta ter uma câmera na mão; é preciso ter também (e acima de tudo) uma ideia na cabeça, como já dizia o cineasta Glauber Rocha, nos anos 60 do século passado. Por meio do audiovisual, é possível promover a reflexão crítica sobre a realidade, valorizar a cultura popular, contribuir para o processo de democratização da comunicação e se expressar artisticamente.

UMA IDEIA NA CABEÇA

Com as informações levantadas, é hora de escolher o assunto a ser abordado e definir qual vai ser o "recorte". O ideal é que sejam vídeos curtos, de 1 a 10 minutos, pois não adianta querer explorar todo o conteúdo de uma única vez. O vídeo pode ficar cansativo e prejudicar o que se deseja de fato transmitir. Faça quantos vídeos achar necessário, cada um com um tema específico. Assim, a comunicação fica mais direta. Outro ´ponto importante: fazer vídeo em grupo é muito interessante porque são várias fases, e tem que ter habilidade com equipamentos, sem contar que trabalhar em equipe é muito produtivo.

VAMOS PARA A PRÁTICA!

O **tema** pode ser o que você quiser, mas como o nosso assunto é a **Transparência Pública**, vamos partir de uma problemática da região, tendo como foco uma política pública muito importante: o orçamento, que nada mais é do que o instrumento que define quanto e onde o governo deve gastar, respeitando a previsão da receita.

Definido o tema, que é muito amplo e pode ser trabalhado em várias áreas, é hora de partir para o levantamento dos problemas. O grupo deve buscar saber mais informações sobre o que pretende demonstrar e, num segundo momento, decidir o enfoque de acordo com as condições de produção (tempo para gravação e edição, equipamentos disponíveis, custos e prazos de execução).

Abaixo, a sinopse do vídeo, realizado como exemplo-teste.

Dois jovens estudantes residentes no Paranoá (DF) querem saber por quê não foram realizadas as obras de recuperação da praça principal do lugar, que fica há menos de 30 Km do centro de Brasília. Depois de constatarem a situação de abandono e conversar com alguns moradores, eles procuram as informações no Portal da Transparência para que possam cobrar explicações ou providências.

Resolvida a ideia, é hora definir o argumento, o roteiro, a pré-produção, a gravação e a edição. Mas, preste bastante atenção, pois nas duas primeiras etapas precisa ter muito claro:

O QUE quer mostrar - qual é o enfoque

POR QUE - qual é a finalidade

PARA QUEM - qual é o seu público

COMO vai gravar - equipamentos profissionais, câmera fotográfica, celular ou *smartphone*? Será durante o dia ou à noite? Vai precisar de microfone?

Seguindo o nosso exemplo, o **enfoque** (ou o "gancho, como se diz no jargão jornalístico) é saber porque não foi cumprida a promessa de uma obra que traria benefícios sociais. A **finalidade** é mostrar como conseguir informações no Portal da Transparência (passo a passo). Os dados podem ser enviados para veículos de imprensa ou internet, e ainda para o Ministério Público ou outro órgão de fiscalização, em forma de denúncia. O **público** é bastante amplo, espera-se que seja útil a todos os que procuram exercer sua cidadania participando do controle dos gastos públicos e fiscalizando a implementação de políticas públicas. Os equipamentos usados foram dois *smartphones*, duas câmeras fotográficas e um microfone. Não houve a necessidade de iluminação artificial.

Agora, vem a escolha do **argumento**, que resume o posicionamento, qual a importância de falar sobre o assunto e qual a ideia que será defendida.

Mário Benisti tem 23 anos e, em 2015, fez uma reportagem para o Portal de Jornalismo da faculdade onde estudava. A Praça Central do Paranoá, onde mora, reinaugurada pouco mais de dez anos antes, estava em total estado de abandono. A Administração Regional informou que existiam projetos para a revitalização da praça e que já havia sido feito o estudo prévio e de topografia. Na entrevista, o governante até mencionou o número do processo - 140.000.312/2015 - para contratação de projeto, e estava aguardando recurso. Em março de 2017, a situação era a mesma. Mário buscou saber o que aconteceu no meio do caminho para que a obra não se concretizasse.

Argumento definido, é hora de organizar a gravação. A fase de pré-produção/produção é o momento de decidir a equipe, preparar e testar o funcionamento dos equipamentos, escolher a forma de deslocamento (carro? ônibus?), marcar as entrevistas e providenciar as autorizações de uso de imagem - isso é muito importante para evitar problemas com direitos autorais.

Neste exercício, a equipe foi composta por Mário Benisti e Francisco Morais, estudante do ensino médio, (ambos fazem parte do grupo de pesquisa que elaborou esse material didático). O formato escolhido foi o de reportagem jornalística e seguimos as seguintes etapas:

Apresentação do problema mostrando o estado de abandono da praça e breves entrevistas com moradores (em jornalismo, chamadas de "enquete" ou "povo fala"). Como Mário e Francisco são moradores do Paranoá, o deslocamento foi a pé. As gravações foram feitas com celulares.

Com o apoio de uma pessoa com mais experiência em navegar em sítios oficiais, eles realizaram a busca das informações no Portal da Transparência do Governo de Brasília. A gravação foi realizada no Centro Universitário IESB, parceiro no projeto de construção desse material educativo, com a utilização de duas câmeras fotográficas e dois tripés.

Com as informações em mãos, buscaram posicionamento das autoridades, utilizando a ferramenta de comunicação do próprio Portal da Transparência.

UMA CÂMERA NA MÃO

Para fazer um vídeo, precisamos conhecer a "linguagem audiovisual", pois vamos nos comunicar por meio da imagem, som e texto. Pode parecer complicado, mas, na verdade, todos nós a reconhecemos basta sabermos identificar e usá-la quando necessário. Afinal, linguagem é a ferramenta que temos para expressar nossos pensamentos, ideias, opiniões e sentimentos.

A linguagem audiovisual abrange noções de enquadramentos, movimentos de câmera, e movimentos de lentes, posições de câmera e pontuações.

Os enquadramentos são determinados pelos planos que estabelecem a área física que envolve a ação. A nomenclatura varia de acordo com o estilo de roteirização técnica e linguagem de cada país, mas são geralmente equivalentes.

Para começar a produzir vídeos, é sempre bom conhecer algumas expressões que são próprias dessa linguagem de comunicação. São elas:

- **Plano**: É a menor unidade do filme. Uma cena pode ser composta por um ou mais planos.
- **Sequência**: Pode ser formada por uma ou mais cenas. É a continuidade da ação.
- **Plano-sequência**: É uma sequência de cenas sem cortes.
- **Montagem Paralela**: Intercala planos de sequências que se desenrolam simultaneamente, porém em espaços diferentes, normalmente convergindo para um encontro no final.
- **Plano e Contraplano ou Campo e Contracampo**: É a alternância de planos orientados no mesmo eixo dramático, mas em sentidos opostos. É o plano do diálogo.

Na produção de vídeo, nossa comunicação é realizada por meio do equipamento de captação de vídeo, que pode ser uma câmera profissional, semiprofissional ou o próprio celular. A terminologia é praticamente a mesma. O "enquadramento" pode reforçar sentimentos e intenções da cena, já que "enquadrar" é o mesmo que decidir o que vai fazer parte do vídeo e o que ficará de fora. É bom entender as diferentes possibilidades e técnicas, percebendo-as nos filmes, na TV, na internet etc. A nomenclatura correta é importante, pois em quase 100% dos casos uma produção de vídeo é feita por uma equipe, e é bom que todos falem a mesma linguagem.

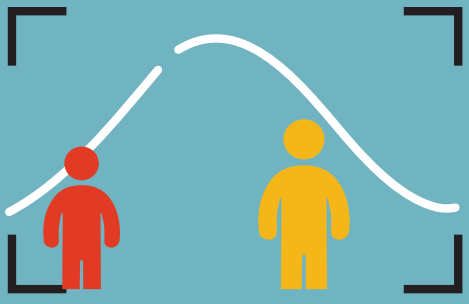
Vamos, então, dar "nomes aos bois", como se diz no interior. No exemplo ao lado, os planos têm como referência a dimensão humana e podem ser descritos da seguinte forma:

Plano Geral (PG)

Enquadramento que mostra o local por completo, como uma paisagem. Os personagens geralmente não são identificados. O objetivo é revelar para o espectador o ambiente onde a cena acontece.

Plano Conjunto (PC)

Um pouco mais fechado do que o geral e alguns personagens já podem ser identificados.



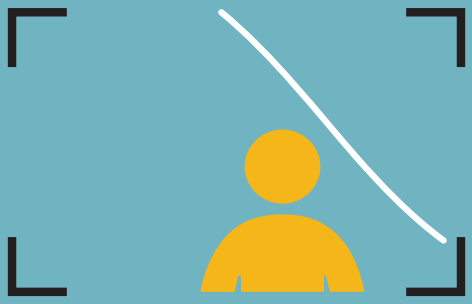
Plano Americano (PA)

É o enquadramento da canela ou da coxa para cima. Tem esse nome porque foi muito usado nos filmes de faroeste, quando era importante termos também a imagem das armas nas cinturas dos pistoleiros.

Plano Médio (PM)

Enquadra os personagens da cintura para cima. Dá para ver o rosto da personagem e seus gestos.

ENQUADRAMENTOS



Primeiro Plano (PP)

Enquadra dos ombros para cima (alguns chamam de Plano Médio de ombro).

Primeiríssimo primeiro plano (PPP) ou **Close**

É o enquadramento que abrange do pescoço para cima. Cria uma proximidade entre a personagem e o espectador.

Big Close (BC)

Um pouco mais fechado que o close, "corta" um pouco da testa e do queixo e demonstra ainda mais a emoção do personagem.

Plano Detalhe (PD)

Enquadra e destaca partes do corpo (boca, olho, mão...) ou objetos sobre alguma superfície.

Para fechar as dicas sobre os enquadramentos, vamos ao "não esqueça": NUNCA corte as pessoas nas "juntas", como tornozelo, joelho, quadril, pulso, cotovelo e pescoço. Passa a ideia de que a personagem está sendo "destroncada" e isso não causa uma boa impressão a quem assiste.

Os movimentos de câmera são indispensáveis na linguagem audiovisual. Possibilitam a criação de cenas que envolvem o espectador, fazendo-o se emocionar, ficar atento, curioso ou até mesmo com medo, dependendo da intenção dos realizadores. São nomeados da seguinte forma:

- **Panorâmica (PAN)**: É a rotação horizontal da câmera em torno do próprio eixo. Pode ser da direita para a esquerda ou da esquerda para a direita. O objetivo é mostrar um cenário ou uma paisagem.

- **Tilt (ou PAN vertical)**: É a rotação vertical da câmera em torno do próprio eixo. Pode ser de cima para baixo ou de baixo para cima.

- **Chicote**: É o movimento muito rápido da panorâmica.

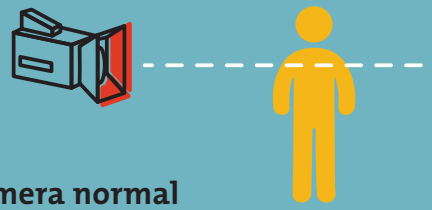
- **Travelling (TRAV)**: É o deslocamento da câmera ao lado do personagem, como por exemplo uma perseguição. Normalmente é montada em um carrinho sobre trilhos, mas muita gente usa como apoio o próprio carro ou moto (desde que o operador não esteja na direção), um skate ou até carrinho de supermercado. Vale a criatividade. Em jornalismo, muitos cinegrafistas utilizam esse movimento para mostrar a situação de asfalto em ruas e estradas.

Existem também os movimentos de lentes da câmera:

- **Zoom in/out**: É a alteração gradual, dentro de um mesmo plano do ângulo de visão, sendo que o zoom in aproxima e o zoom out afasta o objeto.

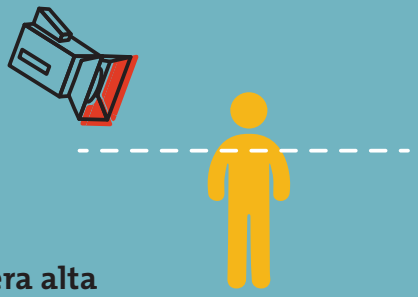
POSICIONAMENTO

Os posicionamentos de câmera são os seguintes:



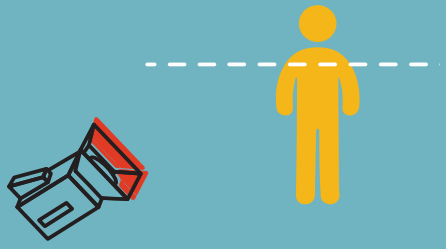
Câmera normal

É posicionada na altura dos olhos da pessoa. Um exemplo prático é em uma entrevista jornalística: esse posicionamento mostra que o espectador está "no mesmo nível" de importância daquela pessoa que está sendo entrevistada, já que a lente da câmera direciona o olhar de quem está assistindo.



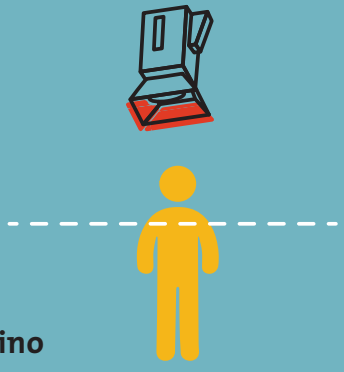
Câmera alta

(em francês, **plongée**, que significa "mergulho") - É o posicionamento em um nível mais ou menos elevado do que o objeto enquadrado. O posicionamento em Plongée tende a passar uma mensagem de "diminuição" da importância da pessoa.



Câmera baixa ("**contra-plongée**")

Passa a mensagem de "ampliação" da importância da pessoa ou objeto.



Plongée Pino

É a câmera em um ângulo de 90° do objeto, muito utilizada em competições esportivas e, em programas de culinária, para mostrar o alimento sendo preparado.

As pontuações são as indicações de passagem de tempo, lugar ou situações psicológicas. Geralmente são utilizadas no início e na finalização do trabalho, ou seja, na pós-produção. Podem ser representadas como:

- **Fade**: É a ausência de imagem e/ ou de som. Existem dois tipos.

  Fade in: É uma transição relativamente lenta entre a cor preta (ou branca) e a próxima imagem. Muito usado no início do vídeo, quando em alguns segundos a tela fica preta (ou branca) e "aparece" a nova cena.

  Fade out: É uma transição relativamente lenta entre a imagem e a cor preta (ou branca). Muito usado no fim do vídeo, antes de aparecerem os nomes das pessoas que trabalharam na produção e os agradecimentos (também conhecidos como "créditos finais").

- **Foque**: Definição da imagem.

- **Desfoque**: Falta de definição da imagem.

- **Fusão**: Efeito que indica passagem de tempo. Uma nova imagem "aparece" na cena enquanto a anterior ainda está "saindo". Em alguns segundos as duas ficam visíveis.

- **Corte Seco**: Sequência de cenas sem transição de efeitos. Uma cena é "colada" na outra, sem nenhum efeito.

Na internet, existem muitos vídeos que ensinam a linguagem audiovisual. Alguns autores apresentam nomenclaturas um pouco diferentes, mas basicamente são as mesmas. As diferenças são pequenas, entretanto, preste bastante atenção na qualidade do conteúdo, pois na Internet encontramos de tudo: informações corretas e erradas. Sugerimos na página a seguir alguns links interessantes para quem quiser aprofundar o conhecimento sobre o assunto.

"Vídeo na Escola!" - Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias
http://www.institutocriar.org/arquivos/guia_ilustrado_videocriar.pdf

Oficina TV Escola de produção de vídeos
http://curtahistorias.mec.gov.br/images/pdf/dicas_producao_videos.pdf

Produção audiovisual comunitária: material educativo – Programa Polo Jequitinhonha - UFMG
http://aic.org.br/wp-content/uploads/2015/02/CARTILHA_AUDIOVISUAL_EM-CORES_FINAL2.pdf

Como as histórias são contadas? - Énois Escola Livre de Conteúdo Jovem
http://youtu.be/Z_U_Uztf-cI

Não Tem Segredo – Roteiro - TV Paulo Freire
http://youtu.be/9coDoAJULIc

Planos e enquadramentos para videos – Michael Oliveira
https://www.youtube.com/watch?v=_KExW6nwHTE

Como gravar vídeos com o que eu tenho na mão – Michael Oliveira
https://www.youtube.com/watch?v=FhbbfYKgBmI

PRODUZINDO TEXTOS (REGRAS BÁSICAS DE REDAÇÃO)

A produção de conteúdo para a web - seja para perfis ou grupos de redes sociais, *blogs* ou sítios, ou ainda para divulgação em aplicativos de mensagens - vai além de lidar com palavras, como já vimos. Para produzir conteúdo relevante é preciso saber como reunir, de forma eficiente, textos escritos, fotos, áudios, vídeos, links e gráficos. Um texto de qualidade deve aproveitar bem todos esses recursos.

Neste item, vamos falar um pouco sobre como explorar as possibilidades do texto escrito. Começamos com o conceito de lead (ou lide, em português), que significa liderar, conduzir. É um termo usado no jornalismo para resumir a função do primeiro parágrafo: apresentar ao leitor do que se trata o texto e, mais importante, prender a atenção dele.

No chamado lide noticioso, o autor do texto deve responder às principais questões em torno de um fato: o que, quem, quando, como, onde e por que. No lide não-factual, há outros recursos estilísticos para prender a atenção do leitor.

O mito de que textos para a internet devem ser curtos já foi derrubado. Lembre-se: se o texto for de qualidade - não apenas na forma, mas, sobretudo, no conteúdo, ele prenderá a atenção do leitor. Ao contrário das publicações impressas, em que espaço é uma questão a ser levada em consideração, na web não há esse problema. **Não há razão, portanto, para restringir o tamanho de um texto: ele terá o tamanho e a complexidade que o assunto exigir.**

Claro que isso não quer dizer que parágrafos longos estão liberados. Tenha o cuidado de criar um visual leve, com intertítulo, destaques de texto, intercalando parágrafos com imagens, sons, links, vídeos e outros recursos.

OUTRAS DICAS

// **Título**: Deve chamar a atenção do leitor. Tenha criatividade, mas não exagere - o título promete o que o texto vai "entregar" ao leitor.

// **Intertítulos:** Destaque das informações mais relevantes do período seguinte do texto.

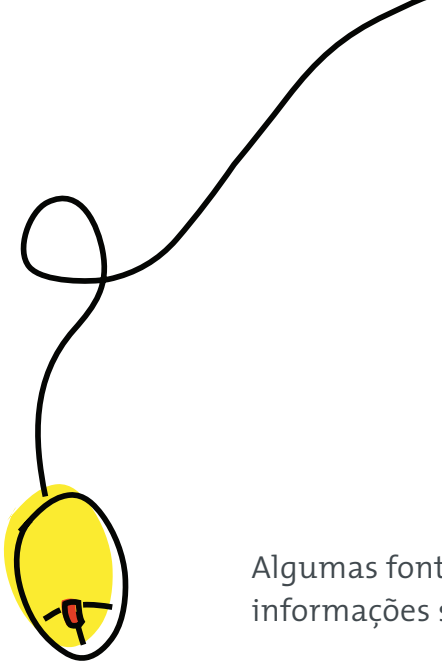
// **Saber para quem está escrevendo**: A linguagem do texto deve estar de acordo com o público para o qual está sendo produzido. Um conteúdo com excesso de termos técnicos ou linguagem "empostada" pode afugentar o leitor e parecer arrogante;

// **Adjetivo**: Use com moderação;

// **Clareza e simplicidade**: Frases curtas e sem palavras desnecessárias dão maior fluidez ao texto. Evite, por exemplo: Dia 5 do mês de fevereiro do ano de 2017. Use: Em 5 de fevereiro de 2017;

// **Dê crédito às fontes consultadas**: Na internet nada se cria. As fontes estão disponíveis para serem usadas. Contudo, apropriação de informação sem os devidos créditos é plágio. Sempre cite as fontes consultadas;

// **Revisão**: Antes de publicar o texto, releia, peça para outra pessoa revisar, evite erros.



Algumas fontes que podem ser consultadas para ampliar as informações sobre produção de texto para web:

http://epwg.governoeletronico.gov.br/cartilha-redacao

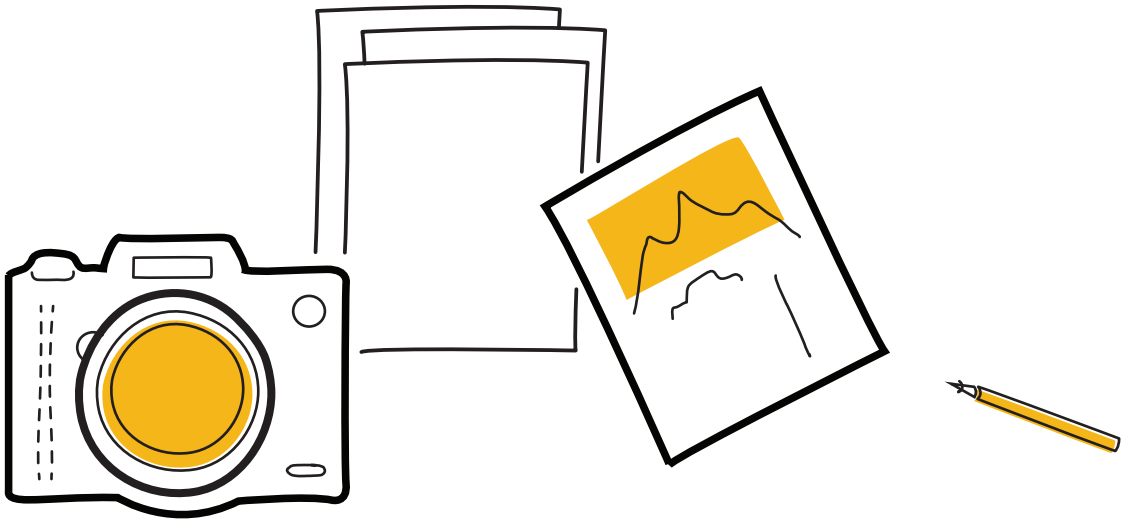
http://garapa.org/portfolio-category/audiovisual/

http://livroseafins.com/o-leitor-devora-o-blog-com-estas-10-ideias--graficas-simples-e-deliciosas/

https://tzatziki.wordpress.com/linkania/

http://paraentender.com/internet/redacao

http://escrevaparaweb.com.br/webjornalismo/



PRODUZINDO MATERIAL FOTOGRÁFICO E ILUSTRAÇÕES

Conteúdo para redes sociais, grupos, sites, *blogs* e outras plataformas devem usar e abusar de texto, vídeos, áudios, *links*, gráficos, fotografias e ilustrações.

A imagem é elemento fundamental de persuasão, muitas vezes chamando a atenção do leitor antes do título. Integrada ao texto, serve como elemento de informação complementar. **Atenção:** a imagem - fotografia ou ilustração - nunca deve conter informação redundante do texto escrito, mas sim complementar. O tempo do leitor é precioso e não podemos desperdiçar com conteúdo repetido.

Portanto, o primeiro aspecto a ser levado em consideração é se a informação contida na imagem é relevante o suficiente para fazer parte do texto. Em segundo lugar estão questões técnicas: o tamanho das imagens, como estarão dispostas na página e se podem ser ajustadas para leitura em *smartphones*.

Outro ponto importante: as imagens têm tamanhos diferentes, dependendo da relevância. O destaque sempre vem em tamanho médio ou grande. As demais fotografias ou ilustrações, em tamanho menor, o que faz com que os responsáveis pela elaboração do conteúdo sejam mais criteriosos, escolhendo imagens que lidem com detalhes ou que sejam autoexplicativas.

Para produzir suas próprias fotos, não é necessário um equipamento profissional. Hoje em dia, é possível fazer fotos com os telefones celulares com qualidade até mesmo de impressão. A vantagem de fotografar com *smartphones* é a agilidade de divulgação da foto e a possibilidade de *backup* imediato para a nuvem, em programas como *Google* Fotos e *iPhotos*.

Confira as dicas do fotojornalista Frank Folwell:

// **Memória e poder**. Verifique se você tem bastante espaço de armazenamento e bateria na câmera ou no telefone para cobrir um evento. Baterias extras (bateria externa para o iPhone) e meios de armazenamento são essenciais. Esteja preparado.

// **Aproxime-se, preencha o enquadramento**. Tenha o sujeito no primeiro plano. Fique observando o pano de fundo - certifique-se de que vai melhorar a imagem e não distrair.

// **O que incluir ou excluir.** O que devo incluir na foto? O que é importante para contar a história? Considere o que excluir. O que atrapalha? Postes telefônicos, sinais, carros. Tente mantê-los fora do quadro. Há exceções. Você pode querer mostrar um local específico através de fotos de placas de carros ou sinais de trânsito. Nesse caso, os objetos podem ser importantes.

// **Lentes do tipo zoom**. Saiba o que o zoom pode fazer. Para retratos usar um zoom médio. Quando você quer mostrar arredores, use um ângulo amplo com o sujeito em primeiro plano. A lente telefoto pode ajudar a preencher o quadro e isolar indivíduos.

// **Entenda o atraso do obturador**. Quando você pressiona o obturador na maioria das câmeras digitais, há um atraso enquanto a câmera focaliza e prepara o flash. Controle isto pressionando o obturador até a metade para firmar o foco. Então, componha a foto e aperte o botão até o fim para tirar a foto.

// **Foco**. Aperte pela metade botão e trave o foco no objeto que você deseja. Você pode alterar a composição depois que firmar o foco.

// **Luz natural**. Quando possível, evite o uso do flash. Na maioria dos casos, não parece natural. A luz indireta vinda através de uma janela pode funcionar bem para fotos em ambientes interiores durante o dia.

// **Luz boa ajuda a foto ser boa**. Tente evitar fotografar ao ar livre no meio do dia. De manhã cedo ou de tarde, a luz é mais quente e oferece uma modelagem muito mais agradável. Tente fotografar de modo que o sol forneça textura máxima e detalhes. Isso ocorre quando o sol está à esquerda ou à direita da câmera. Na maioria dos casos, evite fotografar com o sol atrás de você ou diretamente na frente de você.

// **Busque ângulos diferentes de câmera** - mexa-se. Abaixe-se para limpar um fundo ou incluir um edifício alto. Olhe ao redor para uma maior elevação. Para as cenas em geral, um ângulo elevado pode oferecer uma perspectiva excelente.

// **Não pare de tirar fotos**. Tire muitas, experimente e aprenda a editar concisamente.

// **Pratique**. Familiarize-se com seu equipamento para que possa trabalhar com confiança. Ao se atrapalhar com a câmera, você pode perder o momento e dá a impressão de não ser profissional.

Para a produção de gráficos e outras imagens não é necessário ser um especialista em programas de editoração eletrônica. Há aplicativos como o **Canva** que fornece soluções gratuitas (há a versão premium, paga, mas as soluções não pagas são suficientes para produção de conteúdo visual de qualidade). Basta fazer o cadastro e todos os seus trabalhos ficarão salvos na nuvem, o que facilita para o caso de precisar acessar ilustrações ou gráficos antigos e por alguma razão não foram gravadas no seu computador.

Outro tipo de imagem que pode ser utilizado - mas cuidado com excesso, tudo demais enjoa - são os gifs, que podem conter muita informação e de forma até divertida.

> Importante: utilizar imagem sem autorização é crime. Caso não seja o autor da foto ou da ilustração, procure bancos de imagem grátis e certifique-se de que é creative commons. Direito autoral é coisa séria.

Creative Commons é uma organização não governamental sem fins lucrativos localizada em *Mountain View*, na Califórnia, voltada a expandir a quantidade de obras criativas disponíveis, através de suas licenças que permitem a cópia e compartilhamento com menos restrições que o tradicional todos direitos reservados. Para esse fim, a organização criou diversas licenças, conhecidas como *Creative Commons*.

LINKS DE REFERÊNCIA

Sobre gifs

http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/como-criar-um-gif-animado.html

http://picasion.com/pt/

https://www.youtube.com/watch?v=YzixzpsQhYU

https://www.tecmundo.com.br/imagem/43785-como-criar-gifs-animados-e-com-efeitos.htm

Banco de imagens

http://www.camilaporto.com.br/2016/07/14/top-10-bancos-de-imagens-gratuitos/

Dicas de fotografar com o celular

http://www.fotografiaprofissional.org/como-tirar-fotos-com-celular/

Fotografia no webjornalismo

http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0644-1.pdf

Dicas de fototojornalismo

https://ijnet.org/pt-br/blog/11-dicas-de-fotografia-para-o-jornalista-cidad%C3%A30

http://blog.emania.com.br/fotojornalismo/

http://cursodefotografia.org/o-que-e-o-fotojornalismo/

http://www.resumofotografico.com/2012/03/entendendo-o-fotojornalismo.html

http://paposdaraposa.blogspot.com.br/2014/09/7-dicas-de-fotojornalismo-d-fotografo.html

APROVEITAMENTO DE CONTEÚDOS DISPONÍVEIS NA REDE

Um dos papéis importantes em redes é o do **gatekeeper**, aquele que está sempre em busca de novas informações que, quando considera relevantes, repassa por intermédio da rede. Tal qual um jornalista - que apura os fatos e, dentro de um determinado enfoque, elabora uma notícia que será publicada em jornais e portais ou veiculadas na TV ou rádio, o *gatekeeper* pode ir em busca de informação que julgue interessantes para os demais integrantes da rede, porque provoca uma reflexão necessária, ou porque é importante para o desenvolvimento de determinada atividade.

Não é surpresa para ninguém que a principal fonte de informação nos dias de hoje é exatamente a internet. Com os recursos da chamada web semântica os buscadores disponíveis muitas vezes parecem "adivinhar" aquilo que estamos buscando.

WEBSEMÂNTICA – A INTELIGÊNCIA COLETIVA

A web semântica, ou a Web 3.0, é um projeto que pretende organizar todas as informações que estejam disponíveis na internet de forma que todos os aplicativos tenham acesso, para viabilizar uma maior interatividade em diversas áreas e facilitar a localização e o acesso à informação. As buscas semânticas compõem um modo mais organizado de procurar informações na internet, dividindo os resultados em categorias.

E o que é semântica? A semântica está associada ao significado, ao sentido e à interpretação de palavras, expressões ou símbolos. É aquilo que pertence ou é relativo à significação das palavras.

É preciso estar sempre alerta para algumas questões, especialmente as relacionadas à veracidade das informações ou distorções de fatos ocorridos. Aprender a lidar com toda a informação que circula pela internet é estar sempre se fazendo uma pergunta: Quem está afirmando isso? E com que interesse?

Por isso, ao reproduzir ou compartilhar conteúdo nas redes, é preciso antes verificar de onde vem a informação. É de fonte fidedigna? Há interesses pessoais da fonte ou de grupos que representa envolvidos nas ideias que esta fonte está defendendo? E principalmente, os princípios éticos desta fonte são os mesmos que os seus?

Isso é importante quando lembramos que, em um episódio recente no Brasil (às vésperas da votação da admissibilidade do impeachment de Dilma Rousseff, na Câmara dos Deputados) e em outro ocorrido nos Estados Unidos (na campanha presidencial), entre as notícias que mais circularam nas redes sociais, pelo menos a metade era falsa.

Nos Estados Unidos, a pesquisa foi realizada pelo Instituto de Internet da Universidade de Oxford, tendo como amostra postagens no *Twitter* de 140 mil usuários do Estado de Michigan. Dos links compartilhados por estas pessoas nos primeiros 10 dias de novembro de 2016, 23% eram de notícias falsas, o mesmo percentual de compartilhamento das notícias e informações políticas veiculadas por meios de comunicação tradicionais. Além disso, os pesquisadores também computaram links para artigos noticiosos com origem na Rússia e para conteúdos do *Wikileaks* não-verificados. Somadas, estas categorias de conteúdos duvidosos e notícias representaram um compartilhamento total superior ao das chamadas "notícias profissionais" (Veja mais em **http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/03/1870383-noticias-falsas-sao-tao-compartilhadas-quanto-as-verdadeiras-diz-relatorio.shtml**).

No Brasil, o levantamento foi realizado pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP), nos cinco dias anteriores à votação da admissibilidade do processo de impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados, no dia 17 de abril de 2016. A pesquisa revelou que três das cinco reportagens mais compartilhadas por brasileiros no *Facebook* eram falsas. Apenas estas três notícias falsas, das muitas que circularam nas redes sociais no período, tiveram 214.488 compartilhamentos. O grupo investigou o desempenho de 8.290 reportagens, publicadas por 117 jornais, revistas, sites e *blogs* noticiosos (Veja mais em **http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd**).

Como podemos verificar a autenticidade, ou veracidade das informações? Vale seguir algumas dicas:

// Há outras fontes para esta informação?

// O conteúdo e o enfoque são os mesmos?

// A que organizações está ligada a fonte da informação?

// É sempre bom verificar se os fatos do passado citados pela fonte podem ser confirmados.

// Para aquelas situações que muitas vezes "viralizam" na rede, sem que ninguém saiba qual é a sua origem, pode-se recorrer a sítios especializados em desvendar alguns "mitos" da internet, como por exemplo:

http://www.e-farsas.com/

http://www.boatos.org/

http://apublica.org/truco/

http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/

https://aosfatos.org/

// Consulte alguém que domine o assunto e em quem você confie, e na própria rede da qual faz parte.

// Se a mensagem ofende a honra ou dignidade de pessoa, instituição pública ou privada, o que diz o ofendido a respeito? Vale lembrar a velha premissa do jornalismo, que também serve para quem se relaciona na rede: é preciso ouvir todos os lados envolvidos na questão.

// Desconfie de *blogs* e sítios desconhecidos, conteúdos com especialistas cheios de títulos ou que aparecem do dia para a noite, além de pesquisas de universidades desconhecidas.

// Muitas vezes, uma simples checagem em serviços de pesquisa como *Google* ou Bing é capaz de tirar a dúvida. A credibilidade de quem passa informação com fontes duvidosas também está em jogo. Confira algumas dicas nos endereços abaixo:

http://olhardigital.uol.com.br/noticia/pesquisa-mostra-que-busca-pela-web-e-a-fonte-mais-confiavel-de-informacao/55047

http://www.scielo.br/pdf/pci/v19n3/a02v19n3.pdf

http://pt.wikihow.com/Avaliar-a-Credibilidade-de-uma-Fonte

https://ijnet.org/pt-br/blog/como-o-storyful-verifica-o-conteudo-das-redes-sociais

http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2016/06/01/nove-dicas-para-identificar-um-perfil-falso-nas-redes-sociais/

https://camilavazvaz.jusbrasil.com.br/noticias/317281725/conheca-seis-formas-faceis-de-descobrir-se-uma-noticia-da-internet-e-falsa

http://www.bbc.com/portuguese/brasil-38020431

Finalmente, ao disponibilizar o conteúdo na rede, procure não simplesmente "importá-lo", o famoso "copiar e colar", sem nem saber do que se trata direito, mas dar o enfoque que é necessário, indispensável ou relevante para o grupo. Lembre-se, transmitir uma informação é, acima de tudo, divulgar uma ideia, expressar uma opinião.

O espaço multiuso acabou sendo o principal ponto de interesse da população do município. Mas ia demorar para começar a construção. Enquanto isso não acontecia, o grupo que acompanhava o Plano Plurianual voltou a atenção para os orçamentos anuais. Era preciso verificar como estava a prestação de contas do ano anterior e, também, a execução do orçamento do ano em curso. Além disso, ainda tinha a discussão do orçamento para o ano seguinte, no qual deveriam estar garantidos os recursos para o início da obra que virou o objeto de desejo da população.

Tanto a fazer e o ritmo das realizações estavam deixando todos cansados daquela atividade que não tinha fim.

- Olha, eu acho que a gente está merecendo férias - brincou Adauto, o pequeno produtor rural que não via a hora da feira ter novo espaço.

- A gente não pode parar, pessoal! Temos que manter todo mundo mobilizado! - protestou o vereador Marcelo.

- Marcelo tem razão, a gente precisa manter o assunto na boca do povo! - concordou Henrique, que já pensava nas músicas que tocaria na inauguração do espaço que ele passou a chamar de X-Tudo.

- Eu e Gabriela fizemos uma pesquisa e organizamos uma oficina de vídeo. E sabem aqueles meninos que fizeram o rap pedindo a pista de skate? Pois é, anunciamos a oficina na escola e os skatistas foram os primeiros a topar. Começamos no mês que vem. Aliás, a notícia está se espalhando e daqui a pouco não vai ter vaga para todo mundo - relatou a professora Juliana.

- O que a gente deve fazer é manter as redes funcionando, colocando sempre assuntos para discussão e trazendo informações sobre outras ações como a nossa e os resultados que outros grupos alcançaram. Isso vai motivar o pessoal a continuar na luta - defendeu a enfermeira Luiza, com a experiência de quem já tinha levado adiante muitas mobilizações em favor da saúde pública, como o combate à dengue.

– Gente, eu acho que estamos no momento de dividir tarefas, de acordo com o conhecimento e com a aptidão de cada um - pediu Gabriela. Eu, por exemplo, estou acostumada a organizar documentos e já comecei a sistematizar tudo que já produzimos. Se vocês olharem a nossa pasta no *Google Drive*, está tudo arrumadinho, por assunto e em ordem cronológica.

Gabriela enumerou uma série de atividades para os próximos meses e, a cada nova incumbência, aparecia um candidato. Amaury, o médico, por exemplo, gostou da ideia de pesquisar na internet outras experiências de transparência pública, controle e participação social. Marcelo, o vereador, também tem interesse na ideia e decidiu que iria em busca de outros grupos que trabalhavam com o assunto.

– Aí o que vocês encontrarem na internet que possa interessar ao grupo inteiro ou a um dos grupos setoriais, vocês compartilham. Se as pessoas souberem que vão encontrar assuntos que interessam a elas, irão sempre estar conectados nas nossas redes. O que a gente não pode é perder o vínculo que criamos até agora - sugeriu Juliana.

– Mas eu acho que compartilhar, pura e simplesmente, não é o ideal. O melhor seria a gente dar, assim, “um toque pessoal”. Direcionar o assunto para o nosso interesse enquanto grupo. Eu posso orientar vocês sobre isso - ofereceu Gabriela.

A divisão de tarefas no grupo ficou assim:

A enfermeira Luíza ficou encarregada de manter a mobilização da comunidade, envolvendo na atividade os conselheiros (de Saúde, de Educação, de Assistência Social) do município e gestores, além de movimentos sociais organizados, igrejas e outros atores sociais, para que todos somem esforços de forma colaborativa.

O vereador Marcelo, que já tinha se candidatado a buscar grupos semelhantes na internet, também ficou responsável por ser o porta-voz do grupo junto à administração do município, defendendo os interesses da população junto a parlamentares estaduais e federais que tenham vínculo com a região.

Otávio, o contador que trabalhava no gabinete do vereador Marcelo, continuou em seu papel de orientar as buscas por informações públicas e tirar dúvidas sobre o orçamento público.

Afonso, o mestre de obras, seria o consultor do grupo quando o assunto fosse construção civil. Acompanhamento de obras era com ele mesmo.

Além de Amaury, Gabriela também assumiu o compromisso de buscar informações, inclusive em repositórios acadêmicos, para que ampliassem o conhecimento do grupo sobre contas públicas, transparência e outras práticas bem-sucedidas da Administração Pública. Com base nas informações que obtivesse, criaria textos para serem publicados no blog, com chamadas nas redes do *Facebook* e do *Whatsapp*.

Todos os outros iriam manter seus grupos informados sobre o que estava acontecendo no dia-a-dia. Divulgariam sessões de interesse no Legislativo Municipal, convocações e pautas de reuniões, por exemplo.

ADAPTANDO CONTEÚDOS PARA OS TEMAS DE INTERESSE E LINGUAGEM UTILIZADA PELO GRUPO

Você sabe com quem está falando? Essa é uma das perguntas mais importantes que o produtor de conteúdo deve responder. Para isso, a primeira coisa a fazer é conhecer o público para o qual irá a informação, seja ela em qualquer formato ou plataforma.

Falar a língua de quem receberá a mensagem é o mais importante. Não significa subestimar o leitor e deixar de lado informações importantes. Mas, sim, traduzir termos técnicos, usar linguagem simples, sem rebuscamento, e com objetividade.

Além do formato e da linguagem, é essencial saber exatamente quais os temas que vão interessar o seu público. Não adianta compartilhar um vídeo, por exemplo, sobre a crise dos refugiados nos Estados Unidos ou alguma piada em um grupo que discute orçamento para educação no seu município. Sem foco, os grupos tendem a se perder e o índice de leitura de conteúdo de sítios, *blogs* e redes sociais podem cair.

BUSCANDO OUTRAS REDES DE CONTROLE SOCIAL

A definição básica de controle social adotado pelo Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União (CGU) é a participação do cidadão na gestão pública, tanto na proposição quanto na fiscalização do bem público.

- O primeiro passo para o conhecimento de atuação de conselhos, organismos e controles é o site da Transparência, organizado pela CGU.

Ali podem ser encontradas formas de organização cidadã para acompanhamento dos principais programas do Governo Federal.

- É importante salientar que as organizações de controle, como conselhos e comitês, existem também nos âmbitos estadual, distrital e municipal. E é importante a participação desses atores sociais em grupos como o da nossa história.

- As consultas aos órgãos fiscalizadores federal, estadual, distrital e municipal podem auxiliar na busca por grupos de controle social.

- Outras organizações, como Fiocruz, informam sobre iniciativas proeminentes.

- A Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais (Abong) reúne os trabalhos de diversas iniciativas da sociedade civil e agrega milhares de ações desenvolvidas no país. A consulta ao sítio da Abong **http://www.abong.org.br/quem_somos.php** é um primeiro passo para identificação de quem trabalha com o tema de transparência, orçamento e controle social.

Outros sites de organizações sociais que podem ser consultados:

http://www.portalconscienciapolitica.com.br/products/controle-social/

https://www.facebook.com/mudeapolitica/photos/a.595217187345933.1073741828.568562983344687/608741622660156/?type=3

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ionicframework.diferentonas906569&hl=it

http://www.inesc.org.br/

http://www.transparencia.org.br/

https://www.facebook.com/MCCEFichaLimpa/?fref=ts

http://www.amarribo.org.br/

Um ano se passou e as obras do espaço multiuso foram iniciadas. O engajamento de deputados federais e do senador que obteve maior número de votos na região, resultou em uma emenda parlamentar ao Orçamento Geral da União, o que garantiu um pouco mais de recursos para a construção do que seria o melhor local de convivência da população para os próximos anos.

Os adolescentes adeptos do skate assumiram por completo as filmagens do acompanhamento da obra. Afonso, que não passava um dia sem fazer uma visitinha ao pátio de obras, orientava sobre o que era importante mostrar. Ele também estava sempre calculando se a quantidade de materiais adquiridos era realmente necessária e se os preços de compra estavam de acordo com os do mercado.

Foi exatamente Afonso que notou uma redução no ritmo do trabalho e achou estranho. Avisou ao vereador Marcelo, que por sua vez pediu explicações à Prefeitura. Na Secretaria de Obras, foi informado que o serviço estava para ser interrompido porque o recurso que seria transferido pela União, por meio de convênio, ainda não tinha sido liberado. Logo que soube, Marcelo pediu apoio dos parlamentares federais para saber onde estava o problema. Descobriu que era a falta de um documento. Coisa simples, que foi fácil de resolver, com a ajuda de um funcionário do gabinete de um dos deputados federais.

Com tanta gente de olho e contribuindo para dar tudo certo, a construção demorou pouco mais de um ano e meio. A inauguração foi uma festança. Os skatistas, entre um loop e outro na pista, faziam a transmissão ao vivo do evento. Sim, porque o Centro de Convivência já tinha sinal de internet wifi, conquista proporcionada por um programa de inclusão digital do governo federal. O palco do agora chamado Centro de Convivência Municipal foi pequeno para tantos artistas que queriam se apresentar, isso sem falar nas exibições de música e dança preparadas pelas professoras da rede municipal com seus estudantes.

O clima de festa também estava recheado de curiosidade. Todos queriam saber qual era a surpresa que o vereador Marcelo revelaria no evento. Por isso, quando ele subiu ao palco e pegou o microfone, quase todos ficaram em silêncio.

– Tá todo mundo curioso com o que eu tenho para falar, né? O que eu posso dizer é que é uma notícia boa, que vai deixar muita gente feliz...

– Conta logo, Marcelo! - aclamaram todos.

– Bem, como vocês sabem, eu fiquei encarregado de entrar em contato com outros grupos e organizações que tratam de transparência pública e participação social. Pois é, andei conversando com muita gente pela internet e, com a ajuda da Gabriela, fiz um relato sobre como tem sido esse nosso trabalho, coletivo e colaborativo, desde o princípio. O que eu posso dizer é que muita gente ficou impressionada com o que conseguimos e....

– Vai, Marcelo! Conta logo!

– Uma equipe de um organismo internacional vem aqui conhecer o nosso trabalho e, provavelmente, seremos convidados para apresentar nossa experiência em um encontro internacional sobre transparência pública e participação social.

O espaço quase veio abaixo. Para os que ficaram à frente de todo o processo, era a coroação de muito esforço e dedicação.

Bem, aí você pergunta: a história termina aqui? Claro que não. Continua, continua e continua. Porque **Cidadania** é assunto para a vida inteira.

ANOTAÇÕES

Fundação João Mangabeira

Sede própria - SHIS QI 5 Conjunto 2 Casa 2
CEP 71615-020 - Lago Sul - Brasília, DF
Telefax: (61) 3365-4099/3365-5277/3365-5279

www.fjmangabeira.org.br
www.tvjoaomangabeira.org.br

facebook.com/Fjoaomangabeira
twitter.com/fj_mangabeira

ISBN 978-85-60441-28-0