

O papel dos *sites* de redes sociais nas estratégias comunicativas de organizações da sociedade civil de Salvador-Bahia-Brasil¹

The role of social networking sites in communicative strategies of civil society organizations in Salvador-Bahia-Brazil

Jussara Borges*, Bruna Lessa**, Lídia Oliveira***

*Professora adjunta no Instituto de Ciência da Informação (ICI) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Rua Basílio da Gama, s/n – Campus Universitário do Canela, 40110-100, Salvador, Bahia, Brasil. (jussarab@gmail.com)

**Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI-UFBA), Rua Basílio da Gama, s/n – Campus Universitário do Canela, 40110-100, Salvador, Bahia, Brasil. (lessbruna@gmail.com)

***Professora na Universidade de Aveiro, Campus Universitário de Santiago, 3810-193 Aveiro, Portugal. (lidia@ua.pt)

Resumo

Os serviços Web 2.0 e, especificamente, as redes sociais *on-line* abrem novas oportunidades das organizações da sociedade civil estabelecerem comunicação com os vários atores desde os cidadãos até aos órgãos governamentais. Este artigo centra-se no estudo de 32 organizações da sociedade civil de Salvador-Bahia-Brasil, no sentido de compreender quais são as estratégias de comunicação utilizadas por estas organizações, consideradas como promotoras da participação política. Em cada uma foi realizada entrevista ao gestor, bem como observação sistemática da informação disponibilizada sobre a Organização, quer no seu espaço *on-line* (site, blog, perfil em rede social etc.) quer fornecido aquando da entrevista. O uso dos *sites* de redes sociais pelas organizações da sociedade civil surge como uma estratégia de representatividade no que diz respeito à promoção de suas atividades e à mobilização em favor dos assuntos relacionados à organização e ao público a que se destina.

Palavras-chave: Redes Sociais, Organizações da Sociedade Civil, Comunicação, Salvador-Bahia-Brasil, Web 2.0, Participação política

Abstract

Web 2.0 services and, specifically, online social networks open up new opportunities for civil society organizations to communicate with the various actors from citizens to government agencies. This article focuses on the study of 32 civil society organizations from Salvador-Bahia-Brazil, in order to understand what are the communication strategies used by these organizations, considered as promoters of political participation. In each was interviewed the manager and made systematic observation of the information available on the organization, either in your online space (website, blog, social network profile, etc..) either supplied upon interview.

¹ Esta pesquisa recebe apoio financeiro da UFBA através dos Programas Prodoc e Pibic.

The use of social networking sites by civil society organizations emerges as a strategy of representation with regard to the promotion of its activities and mobilization in favour of matters relating to the organization and the intended audience.

Keywords: Social Networks, Civil Society Organizations, Communication, Salvador-Bahia-Brazil, Web 2.0, Political Participation

1. Introdução

A Carta Magna Brasileira (1988) conferiu às Organizações da Sociedade Civil (OSC) funções de representação política, a exemplo da participação no planejamento municipal e na formulação de políticas públicas. Com isso, várias organizações sociais – a despeito de atuarem em causas específicas e nem sempre convergentes – passam a ocupar os espaços de deliberação dos conselhos de políticas públicas.

Essa nova frente de atuação demanda das organizações a capacidade de manterem-se informadas e, ao mesmo tempo, estabelecerem estratégias de comunicação eficazes com diferentes atores: o público para o qual dirigem suas atividades, seus parceiros, o poder público e, cada vez mais, dirigem-se também à sociedade como um todo, buscando apoio e visibilidade.

Nesse contexto, entram em cena novas ferramentas de comunicação propiciadas pela *Web 2.0* que geram impacto nas estratégias de comunicação. Os dispositivos de comunicação da *Web* social estão cada vez mais populares em nosso cotidiano, pois o conteúdo *on-line* é mais acessível, lúdico e envolvente. A comunicação que é realizada nesses espaços confere dinamismo nas relações sociais, pois a interação que acontece neste espaço possibilita aos sujeitos envolvidos a liberdade de expressar e compartilhar ideias além das barreiras de tempo e lugar, além de potencializar o processo de comunicação participativa.

Com isso, a utilização dos *sites* de redes sociais surge como uma tendência no que diz respeito às novas estratégias comunicativas do século XXI, viabilizando assim oportunidades para que organizações da sociedade civil possam intensificar a busca por seus objetivos, principalmente pelo fato desses *sites* serem de baixo custo, flexíveis e oferecerem potencial para sensibilizar e angariar fundos.

Considerando que as organizações selecionadas nesta pesquisa já atuavam em 1995 (ano da entrada da Internet comercial no Brasil) e tinham, portanto, um *modus operandi* mais ou menos determinado, estratégias definidas e objetivos fixados, deve-se refletir sobre a medida em que essas estratégias são modificadas em função do uso dos serviços de comunicação em rede. Este trabalho propõe-se, assim, a elucidar quais são as estratégias comunicativas atualmente empregadas por organizações da sociedade civil de Salvador, a partir da motivação para a participação política.

Os procedimentos metodológicos envolveram pesquisa empírica com 32 organizações desta natureza. Essas organizações foram selecionadas a partir do Cadastro Nacional de Entidades do Ministério da Justiça, utilizando-se como critérios: (a) organizações que dizem contribuir para o fortalecimento da democracia; (b) organizações que já atuavam em 1995; (c) organizações com assento em conselho de políticas públicas. Seus dirigentes foram entrevistados individualmente e sua produção *on-line* (sites eletrônicos, blogs e redes sociais) foi observada, gerando o conteúdo a partir do qual fez-se a análise.

Os principais resultados apontam a consolidação das ferramentas disponibilizadas a partir da Internet como mecanismo generalizado de comunicação, principalmente quando esta é direcionada aos parceiros e à sociedade em geral. Dentre essas ferramentas, as redes sociais *on-line* têm-se consolidando como canais menos onerosos que as organizações utilizam para difundir sua perspectiva, mantê-la atualizada e, eventualmente, conseguir apoio.

2. A internet na participação política de organizações da sociedade civil

De acordo com Saebo e outros (2008), a participação política através das TIC é normalmente associada com formas de deliberação ou tomada de decisão. A participação pode ter lugar em processos políticos institucionalizados (por voto, por exemplo) ou não institucionalizados (como ativismo político). As organizações da sociedade civil valem-se de ambos os expedientes, ora usando canais de participação instituídos – embora a abertura de canais eletrônicos para participação no Estado brasileiro seja incipiente –, ora usando os meios eletrônicos para atuar politicamente à margem do sistema, ou contra ele.

Características da Internet como baixo custo, rápida disseminação da informação, amplo alcance, extenso armazenamento de informações e capacidade de interação maior que em outros *media*, tornaram-na uma ferramenta poderosa para mobilizar, organizar e maximizar a atuação dessas organizações. A aplicação das tecnologias para atuação política tem tomado caminhos diversificados, como a organização e disponibilização de informações sobre orçamentos públicos, a formação de redes com organizações parceiras, a organização de protestos, o monitoramento ambiental e a denúncia de irregularidades, o levantamento de fundos para uma causa, a publicitação de abusos do agronegócio, as listas de discussão para trocas de experiências, entre tantos outros exemplos. Surge também uma forma de participação política própria para o ambiente digital: o ciberativismo.

O ciberativismo diz respeito ao uso dos meios eletrônicos, principalmente da Internet, para convergir num mesmo espaço a divulgação de ideias e informações, a busca de apoio para uma causa, a abertura de espaços para a discussão, mas principalmente a organização e mobilização das pessoas para participar de ações que podem acontecer no mundo real e no virtual, como a assinatura de abaixo-assinados, o envio de petições, as passeatas virtuais, entre outros.

Essas organizações, que historicamente reivindicam espaços de participação e promoção de oportunidades para a esfera civil, veem na Internet uma janela para expressão de identidades e valores. Nesse sentido, a Internet propicia um canal em que os atores podem problematizar suas questões e interesses a partir de sua própria elaboração, questões essas que muitas vezes permaneciam ocultas pelos que controlam os meios de comunicação.

Como diz Norris (2001, p. 14), "Traditional communication media do not disappear, but a new repertoire of communication and information strategie appear, which are used by the most flexible and adaptable organizations." Neste sentido, entende-se que as novas ferramentas de comunicação da *Web* social tendem a

potencializar mobilizações sociais, uma vez que possibilitam a criação de comunidades virtuais, onde os participantes podem interagir em favor de um objetivo comum.

Essa questão da visibilidade pública acerca dos problemas e causas com as quais as organizações lidam é uma das aplicações mais evidentes da Internet. Através de seus sítios eletrônicos, *blogs* e redes sociais *on-line*, as organizações estabelecem canais menos onerosos para difundir sua perspectiva, mantê-la atualizada e, eventualmente, conseguir apoio. Isso não significa uma ruptura com outras ferramentas: o telefone, os *media* impressos e a presença em eventos e reuniões presenciais são combinados com ferramentas eletrônicas para publicitar suas ações, estabelecer comunicação e coordenar mobilizações.

No entanto, dentre os recursos digitais que mais ganharam impulso no Brasil nos últimos anos estão as redes sociais *on-line*. Usualmente associadas à facilidade de publicação e manutenção, tornaram-se mecanismos acessíveis e amplamente utilizados pelos brasileiros: 69% dos que acedem a Internet no Brasil, participam de redes sociais *on-line* (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012). As OSC perceberam o potencial dessas redes em suas estratégias de comunicação, pois permitem um diálogo mais participativo do que em outras ferramentas comunicativas e possibilitam a construção de novas relações entre a organização e seu público-alvo.

3. As redes sociais *on-line* e as estratégias de comunicação

Marteleteo (2010) relaciona os primeiros estudos sobre redes sociais, pelas Ciências Sociais, iniciados pelos antropólogos A. Barnes (1954), E. Bott (1957) e J. C. Mitchell (1969). As principais conclusões acerca desses estudos foram as seguintes:

- a) há conexões além dos limites geográficos a partir de "cadeias de interconhecimentos." (Marteleteo, 2010, p. 28);
- b) a socialização e o compartilhamento entre indivíduos de uma determinada rede são influenciados pelas características e estruturas das relações;
- c) o comportamento relacional dos indivíduos pode ser compreendido por meio da análise de suas redes de relacionamento e seus laços.

Conforme a autora descreve, todos estes estudos se assemelham na "construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem." (Marteleteo, 2010, p. 28). É importante ressaltar que as redes de relacionamento surgem da necessidade relacional do ser humano; e as novas tecnologias funcionam como potenciadoras dessa nova maneira de interação, comunicação e troca de informações, ou seja, a extensão de seu uso será definida pela própria sociedade na proporção em que forem sendo incorporadas ao seu dia-a-dia.

Para Recuero (2009) a denominação “rede” é uma metáfora construída a partir do padrão de ligação de um grupo social e os laços sociais que o mesmo estabelece. Os *sites* de redes sociais (SRS) surgiram das possibilidades que as novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) proporcionaram: “*Sites* de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. [...] seriam uma categoria de softwares sociais” (Recuero, 2009, p. 102). Os estudos na área de redes sociais direcionam-se para o potencial de interação social que estes dispositivos possuem por meio do computador: a possibilidade de compartilhamento, expressão e difusão de ideias, criação de uma identidade virtual; os SRS são um fenômeno da comunicação com o potencial para agregar indivíduos e de torná-los visíveis a nível mundial.

Recuero ainda salienta que os SRS podem ser utilizados por seus atores, tanto para expor suas conexões e tornar pública sua identidade virtual ou perfil, quanto para ampliar os contatos e estabelecer novas interações. De acordo com a mesma autora, aponta-se algumas características dos SRS:

- a) “possibilitam que [os usuários] construam interações nesses sistemas”;
- b) “são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço *off-line*”;
- c) auxiliam na construção da popularidade do ator;
- d) “amplificam a expressão da rede social e a conectividade dos grupos sociais”;
- e) “permitem aos atores sociais estar mais conectados”;
- f) “podem auxiliar os atores a gerenciar os grupos” (Recuero, 2009, pp. 103-108).

A partir desta análise, pode-se considerar que a interação que acontece nessas redes sociais é capaz de estabelecer um relacionamento mais dinâmico entre os indivíduos, quando, além da própria interatividade, eles podem organizar suas conexões, além de definir qual tipo de relacionamento desejam ter com outro ator e a intensidade dessa relação.

Essas características das redes sociais *on-line* – em específico – e da Internet – em geral – potencializam o acesso à informação e a comunicação multidirecional, levando à associação da Internet como um instrumento de democratização. O cenário da *Web 2.0* caracteriza-se como veículo de sociabilização, expressão e interação mediada por computador. Conforme Tomaél (2007), as redes sociais se constituem em uma forma complexa de relacionamento entre indivíduos, grupos ou organizações, agrupados em torno de valores, crenças ou interesses comuns. O desenvolvimento das redes sociais ocorre a partir da interação e comunicação entre os participantes de uma rede, o que a configura como uma construção social.

4. Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa aplicada caracteriza-se como um estudo de natureza qualitativa, na medida em que busca descobrir os conceitos relacionados à participação política e às práticas existentes no contexto em que ocorrem, sendo analisadas numa perspectiva integrada.

O problema de pesquisa delimitado levou à definição de uma estratégia de investigação organizada em duas componentes principais: revisão bibliográfica e pesquisa empírica, sendo que o instrumento de coleta de dados utilizado consiste na entrevista semiestruturada e na observação direta dos perfis das OSC inseridas em *sites*, blogs e perfis de redes sociais. Esses componentes foram operacionalizados em quatro fases que se complementam e, em alguns casos, ocorreram concomitantemente.

Num primeiro momento percebeu-se a necessidade de conhecimento do contexto em que a problemática se inseria. Esse conhecimento é condição para que o pesquisador desenvolva uma visão fundamentada sobre a temática em debate e formule seu próprio senso crítico. Ao longo do trabalho, o acesso à informação conceitual e a outras pesquisas também permite que o investigador reformule suas questões de investigação inicialmente propostas, ou venha mesmo a incluir outras. "As construções explicativas são elaboradas no decurso da pesquisa, pela interação entre os quadros de referência conceptuais disponíveis e os dados de terreno." (Guerra, 2010, p. 25). Portanto, foi indispensável o recurso à revisão bibliográfica nesta pesquisa, cujas fases serão detalhadas a seguir.

Fase 1: Nesta fase procedeu-se o aprofundamento teórico e análise da relação e influências entre os conceitos de participação política, Internet e organizações da sociedade civil.

A pesquisa bibliográfica envolveu essencialmente levantamento em bases de dados da área de Ciências Sociais Aplicadas, pesquisadas a partir do Portal de Periódicos da Capes. Além dessas bases de dados, destacam-se as indicações e trocas bibliográficas constantes a partir dos componentes do Grupo de Estudos de Políticas de Informação, Comunicações e Conhecimento (GEPICC), ligado ao Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia.

A pesquisa empírica envolveu desde o planejamento para a coleta de dados de campo, bem como as estratégias empregadas para a sua operacionalização e métodos escolhidos para o tratamento, análise e apresentação dos resultados. O componente foi organizado nas três fases seguintes.

Fase 2: Levantamento e seleção das organizações da sociedade civil como objeto a se verificar os objetivos propostos.

O ambiente da pesquisa é a cidade de Salvador,² capital do Estado da Bahia-Brasil que, historicamente, concentra organizações da sociedade civil (OSC) atuando em frentes múltiplas de defesa de direitos civis e mediações políticas. Dada a quantidade e diversidade dessas organizações, fez-se uma seleção a partir do banco de dados do Cadastro Nacional de Entidades (CNE)³ do Ministério da Justiça (MJ). De acordo com a Portaria SNJ nº 24, de 11 de outubro de 2007, é obrigatório o registro no CNE/MJ para as entidades declaradas de Utilidade Pública Federal (UPF), as entidades qualificadas como Organização da Sociedade Civil de

² Apesar deste primeiro recorte geográfico, algumas organizações selecionadas têm sede em Salvador, mas atuação expandida para outras cidades da Bahia e mesmo fora do Estado.

³ Banco de dados e demais informações disponíveis em

<http://portal.mj.gov.br/data/Pages/MJFC1E6BD5ITEMID1C837A412B2B430F8F9C1FF0CB7341FFPTBRIE.htm>

Interesse Público (OSCIP), além das Organizações Estrangeiras autorizadas a funcionar no Brasil. A partir do Relatório Eletrônico de Prestação de Contas que cada organização disponibiliza no CNE, foram utilizados os seguintes critérios de seleção:

- a) Organizações que responderam afirmativamente quanto à sua contribuição para ampliação da democracia e fortalecimento da cidadania no Questionário para Avaliação da Inserção Social.⁴
- b) Organizações que tenham assento como titulares em conselhos de políticas públicas. Com a aplicação destes dois primeiros critérios busca-se selecionar aquelas organizações que se dispõem a ter atuação política;
- c) Organizações que já atuavam em 1995, ano da entrada da Internet comercial no Brasil. Com este requisito procura-se ter acesso a informações sobre as mudanças demandadas pela inserção das TIC.

Com a aplicação desses critérios, chegou-se a 42 organizações em agosto de 2012. No entanto, duas organizações deixaram de atuar no período da pesquisa. Outras oito, após três meses de tentativas para agendamento das entrevistas, optaram por não participar da pesquisa. O estudo de campo foi realizado, portanto, com 32 organizações, conforme Quadro 1. O Quadro também inclui o endereço do sítio eletrônico ou *blog* daquelas organizações que os possuem.

Tabela 1 – Organizações selecionadas para a pesquisa empírica

Organizações da sociedade civil	Sítio eletrônico/blog	Site de redes sociais
Associação Beneficente de Defesa e Recreativa 28 de setembro (28 DE SETEMBRO)		
Associação Baiana de Deficientes Físicos (ABADEF)		http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=14195420 https://www.facebook.com/abadef.a.deficientesfisicos
Associação Bahiana de Reabilitação e Educação (ABRE)		
Fraternidade Nossa Senhora da Piedade (Abrigo Mariana Magalhães) (ABRIGO)	http://abrigomarianamagalhaes.blogspot.com.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=88110164
Associação das Comunidades Paroquiais de Mata Escura e Calabetão (ACOPAMEC)	http://www.acopamec.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=11309714656469851528 https://www.facebook.com/acopamec.ba https://twitter.com/acopamec http://www.flickr.com/photos/acopamec/
Associação de Pais e Amigos de Deficientes Auditivos do Estado da Bahia (APADA)	http://www.apada-ba.org.br http://apadaba.blogspot.com.br	http://www.youtube.com/apadaba

⁴ Este Questionário faz parte do Relatório Eletrônico de Prestação de Contas, disponível no CNE.

Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Salvador (APAÉ)	http://www.apaesalvador.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=14606189 https://www.facebook.com/apae.salvador?fref=ts https://twitter.com/APAESALVADOR
Casa Pia Colégio dos Órfãos de São Joaquim (CASA PIA)	http://www.casapia.org.br/	https://www.facebook.com/pages/CASA-PIA-E-COL%C3%89GIO-DOS-%C3%93RFAOS-DE-S%C3%83O-JOQUIM/162721603817585
Centro Espírita Celeiro de Paz (CELEIRO)		
Coordenadoria Ecumênica de Serviço (CESE)	http://www.cese.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=13656697 https://www.facebook.com/cese1973 http://www.youtube.com/cesecomunica https://twitter.com/CESE
Clube de Mães do Bairro de Pernambués (CLUBE DE MÃES)		https://www.facebook.com/groups/296868267031170/
Centro Espírita Deus Luz e Verdade (DEUS LUZ E VERDADE)	http://www.cedlv.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=12673130467446175300 https://www.facebook.com/pages/Centro-Esp%C3%ADrita-Deus-Luz-e-Verdade/113673228737291
Associação de Pais e Amigos de Crianças e Adolescentes com Distúrbios de Comportamento (EVOLUÇÃO)	http://www.evolucao.org.br/	
Federação Espírita do Estado da Bahia (FEEB)	http://feeb.com.br/	
Associação Centro Social Fraternidade Bahiana (FRATERNIDADE)		
Grupo de Apoio a Criança com Câncer - Bahia (GAAC)	http://www.gaccbahia.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=16476118 https://www.facebook.com/gaccbahia http://www.youtube.com/gaccbahia https://twitter.com/gaccbahia
Instituto Guanabara (GUANABARA)		
Fundação Lar Harmonia (HARMONIA)	http://www.larharmonia.org.br/	https://www.facebook.com/larharmonia?ref=ts&fref=ts http://www.youtube.com/user/larharmonia?feature=watch https://twitter.com/larharmonia
Instituto de Cegos da Bahia (ICB)	http://www.institutodecegos.org.br http://institutodecegosdabahia.blogspot.com.br/	
Instituto de Organização Neurológica da Bahia (IONBA)	http://www.ionba.org.br	
Associação e Centro de Educação Infantil Maria Dolores (MARIA DOLORES)		
Instituto Social das Medianeiras da Paz (MEDIANEIRAS)		
Núcleo de Apoio ao Combate do	http://www.nacci.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Profile

Câncer Infantil (NACCI)		e?uid=2408010907722910162 https://www.facebook.com/pages/Nacci-N%C3%BAcleo-de-Apoio-ao-Combate-ao-C%C3%A2ncer-Infantil/266912456756054 https://twitter.com/NacciOficial
Fundação Odebrecht (ODEBRECHT)	http://www.fundacaoodebrecht.org.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=8092568
Instituto de Permacultura da Bahia (PERMACULTURA)	http://www.permacultura-bahia.org.br/ http://permaculturabahia.blogspot.com.br/	http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=12325453790364383815 https://www.facebook.com/pages/Instituto-de-Permacultura-da-Bahia/204175016303176
Colégio do Sagrado Coração de Jesus (SAGRADO)		
Instituto Nossa Senhora da Salette (SALETTE)	http://www.salette.com.br/	https://www.facebook.com/groups/325449887497997/
Associação de Moradores do Conjunto Santa Luzia (SANTA LUZIA)		http://cirandas.net/profile/santaluzia
Casa de Santa Maria (SANTA MARIA)		
Fundação Instituto São Geraldo (SÃO GERALDO)		
Associação Universitária e Cultural da Bahia (UNIVERSITÁRIA)		
Voluntárias Sociais da Bahia (VOLUNTÁRIAS)	http://www.vsba.ba.gov.br/	

Fonte: Pesquisa das autoras

De acordo com Guerra (2010), a questão central em pesquisas qualitativas não é a definição de uma imensidade de sujeitos “estatisticamente representativos”, mas sim uma pequena dimensão de sujeitos “socialmente significativos” reportando-os à diversidade das culturas, opiniões etc. Considerando que as 32 organizações selecionadas são significativamente diversas – em porte, objetivos, linhas de atuação, localização geográfica etc. – ao mesmo tempo em que mantêm em comum a perspectiva de contribuir para o desenvolvimento da democracia, consideramos tratar-se de conjunto socialmente significativo de organizações da sociedade civil de Salvador. Neste caso, a opção é de uma amostra por homogeneização (Guerra, 2010).

Na amostra por homogeneização aplica-se o princípio da diversidade interna, ou seja, o controle da diversidade não se dá em face de elementos externos ao grupo – são todas organizações da sociedade civil com intervenção cívica – mas com características diferentes – diversidade interna – que podem fazer variar suas perspectivas face ao objeto de estudo. Nesse tipo de amostra, a maioria dos autores considera que a saturação⁵ está presente entre 30 e 50 entrevistas (Guerra, 2010).

⁵ “A saturação empírica aplica-se quando os dados que estão a ser recolhidos não trazem mais informações novas ou diferentes que justifiquem um aumento da recolha do material.” (Guerra, 2010, p. 42)

Fase 3: Estudo de campo nas organizações selecionadas.

Considerando que a colaboração numa pesquisa é indispensável para se obter dados fidedignos e completos, projetou-se uma estratégia cuidadosa que envolveu diferentes canais de comunicação com as organizações: primeiramente o canal eletrônico de comunicação dos sítios eletrônicos das organizações (usualmente referidos como “Fale Conosco”); quando este não existia ou não se obteve resposta passou-se à tentativa de contato via correio eletrônico, com os endereços disponíveis tanto nos sítios eletrônicos como no cadastro do CNE; quando a comunicação não se concretizou por este canal passou-se a telefonemas. Algumas organizações solicitaram ofícios para formalizar o agendamento da entrevista.

Em todas essas abordagens procurou-se atrair a atenção das organizações para a importância do seu papel na pesquisa, para os produtos decorrentes, além de esclarecer quanto aos objetivos da entrevista. Principalmente o estabelecimento de uma relação de confiança e respeito mostrou-se muito cedo elemento basilar para a obtenção das informações. Com relação à confidencialidade, observou-se que algumas organizações mostravam-se mais a vontade quando eram informadas de que os dados seriam tratados no conjunto, sem identificação da fonte de cada fala. Isso vai ao encontro daquilo que Guerra (2010, p. 22) considera como os dois fundamentais princípios éticos em pesquisas qualitativas: “que são o de informar corretamente os indivíduos acerca dos objetivos da investigação e o de proteger as fontes.”

Foram utilizados dois instrumentos de recolha de dados: roteiro de entrevista, e observação sistemática dos *sites*, *blogs* e perfis de redes sociais das organizações. Os documentos fornecidos pelas organizações e as informações disponíveis em seus respectivos sítios eletrônicos e *blogs* possibilitaram confrontar, atualizar e complementar as informações obtidas durante as entrevistas.

As entrevistas foram realizadas individualmente com os gestores de cada organização. Todas as entrevistas foram realizadas por bolsistas de iniciação científica, com orientação da pesquisadora, que foram pessoalmente às organizações, a partir de horário previamente agendado. O controle do espaço pelo entrevistado tende a deixá-lo mais a vontade, embora o entrevistador tenha de lidar com eventuais inconvenientes como interrupções decorrentes do trabalho do entrevistado. Todas as entrevistas, após pedido de autorização, foram gravadas e acompanhadas de notas de campo.

Fase 4: Análise dos dados coletados nas organizações.

A análise dos dados é primariamente qualitativa, mas sempre que possível e relevante para a compreensão dos resultados, os dados foram quantificados e representados por meio de gráficos, quadros e tabelas. Portanto, o estudo abrange análises quantitativas, ainda que secundárias às análises qualitativas.

Devido ao caráter qualitativo da pesquisa não se empregou o uso de instrumentos e técnicas estatísticas sofisticadas no tratamento dos dados e sim análise de conteúdo e inferências a partir das falas dos entrevistados.

Assim, as entrevistas foram transcritas em todos os trechos potencialmente relevantes para a temática de pesquisa. Em seguida, o conteúdo foi analisado em três níveis: 1) nível descritivo, no qual os posicionamentos das organizações foram descritos; 2) nível correlacional, no qual essas posições foram associadas e comparadas; 3) nível interpretativo, em que se procurou descobrir as relações de causalidade e interpretar as dinâmicas sociais em estudo.

Na redação dos resultados, alguns depoimentos são utilizados a título de ilustração e estão sinalizadas em *itálico*. Optou-se por ocultar a identidade das organizações em função do compromisso com a confidencialidade, já referida. Nesse sentido, sempre que a fala do entrevistado incluiu o nome da organização, esse foi substituído por “[organização]”. No entanto, a fim de identificar a área de atuação⁶ da organização cujo depoimento está sendo transcrito, utilizar-se-á os seguintes códigos:

REL – organizações que atuam na área religiosa;

DEF - organizações que trabalham com deficientes;

SAU – organizações que atuam na promoção da saúde;

COM – organizações que promovem o fortalecimento comunitário;

EDU – organizações que trabalham na área de educação;

ABR – organizações que mantêm abrigos para menores;

AMB – organizações que atuam na proteção do meio ambiente.

5. Estratégias comunicativas de organizações da sociedade civil de salvador

Nesta parte do trabalho serão apresentados os resultados que constituem, em última análise, sua contribuição original. Os resultados são fruto da análise entre os dados obtidos com a pesquisa de campo e o referencial teórico.

5.1 Influência da Internet na forma de atuar, estratégias e objetivos das organizações

As possibilidades de comunicação e interação das ferramentas da Internet representam novos recursos para que as OSC efetivem seus objetivos. Dessa maneira, a forma de atuação pode sofrer mudanças quando essas organizações se apropriam de uma nova plataforma como a Internet, o mesmo ocorrendo com suas estratégias e objetivos, conforme mostra a Tabela 2.

⁶ As áreas de atuação foram estabelecidas de acordo com os objetivos explicitados como originais pelas organizações.

Tabela 2 – Influência da Internet nas organizações

Mudanças em função das TIC	Maneira de atuar		Estratégia		Objetivos	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Sim	21	65,2%	21	65,2%	3	9,37%
Não	9	28,1%	7	21,8%	28	87,5%
Não sabe/não respondeu	2	6,2%	4	12,5%	1	3,1%

Fonte: Pesquisa das autoras, 2013.

Vinte e uma organizações entrevistadas ao perceberem o potencial da Internet, empreenderam mudanças na **forma de atuar**. As principais mudanças foram no sentido de se apropriar dos recursos eletrônicos para incrementar a interação social com os públicos de seu interesse; representar a organização no ciberespaço a partir da criação de sítios eletrônicos e blogs; buscar maior visibilidade para a organização e as causas nas quais milita, principalmente a partir dos *sites* de redes sociais; e participar de discussões públicas.

Outro fator importante sobre o uso da Internet nessas organizações foi a necessidade da capacitação dos seus colaboradores para a utilização dos recursos, possibilitando à organização se tornar emissora de conteúdos no ambiente virtual, o que repercute na influência da OSC na sociedade. Para exemplificar esta posição, cita-se uma das OSC entrevistadas:

"A própria TI precisa estar constantemente informada. Mas todas as áreas aqui a Internet é imprescindível por conta de pesquisa. [...] A gente tem núcleo de pesquisas, então o pessoal está sempre atento aos novos artigos. A própria equipe escolar, os alunos também, acaba que todo mundo usa dentro de cada atividade. Por conta da facilidade do acesso à informação. [...] A instituição ofereceu aos colaboradores cursos durante todo o processo de informatização. Cursos de sistemas operacionais, dos sistemas periféricos e também de Internet." (DEF)

A Internet também impactou nas **estratégias** de ação das OSC, visto que o poder comunicacional que os *media* digitais possuem permitiu que tivessem maior liberdade de expressão, podendo compartilhar informação, como também acrescentar suas ideias, tornando-se protagonistas no contexto social em que vivem. De acordo com a pesquisa, as principais mudanças nas estratégias de ação das OSC pelo impacto da Internet deram-se no sentido de:

- a) aumentar a visibilidade;
- b) ganhar maior agilidade nas ações;
- c) buscar editais/oportunidades para obtenção de recursos;
- d) ampliar o espectro de ação;
- e) captar doações/ recursos;

- f) articular contatos e parcerias;
- g) localizar pessoas/ atingir o público-alvo;
- h) sistematizar e organizar a área administrativa;
- i) conseguir comunicação segmentada.

Segundo uma das organizações entrevistadas "[...] ela [a Internet] está presente em todas as nossas instâncias, inclusive na atuação política. Por causa dela, tomamos conhecimento e participamos de eventos relacionados com nossa realidade. [...] com a Internet as pessoas tomaram conhecimento de nossas atividades." (DEF).

Isso vai ao encontro das observações do trabalho empreendido por Henriques e equipe (2004, p. 18-19), quando chamam a atenção pela busca de visibilidade que os movimentos sociais têm almejado: "A busca pela visibilidade vem em função da necessidade de que as reivindicações e preocupações dos indivíduos tenham um reconhecimento público, servindo de apelo à mobilização dos que não compartilham o mesmo contexto espaço/temporal."

Para que as essas possibilidades de ampliação da atuação das OSCs se efetivassem, três organizações da sociedade civil fizeram intervenções em seus **objetivos**, incluindo programas de inclusão digital: "Disponibilizamos computadores com Internet e jogos, que permitem que os nosso pacientes rompam a barreira com o mundo virtual, realizando pesquisas, ingressando em redes sociais e se atualizando." (SAU). Aquelas que relataram não haver alteração significativa nos seus objetivos dizem que com o uso da Internet seus objetivos são alcançados com maior rapidez, como demonstra este depoimento: "Não houve mudança nos objetivos, mas facilitou o alcance do objetivo. inclusive com as redes sociais com estratégias de mobilização que nós usamos para advogar por causas em prol dos movimentos sociais." (COM).

As três organizações que incluíram entre seus objetivos programas de educação digital, vislumbram nessa ação a ampliação de parcerias com aqueles que hoje são o público-alvo de suas atividades, usualmente pessoas em situação de exclusão social. Capacitando essas pessoas para se apropriarem dos recursos digitais, as organizações pretendem, portanto, construir relações que possibilitem a criação de espaços de atuação colaborativa.

Quanto às estratégias de comunicação em específico, a principal mudança observada nas organizações é o emprego crescente das redes sociais *on-line*. Embora a primeira vista possa parecer pouco que apenas metade das organizações utilize esse recurso, comparando-se os dados de três anos de acompanhamento do uso da Internet entre as organizações, é o uso que mais proliferou.

Dentre as organizações que não usam as redes sociais *on-line*, as três principais razões são: 1) as limitações orçamentárias por que passa a própria organização – considerando que muitas atuam com voluntários e não conseguem manter alguém dedicado à manutenção da comunicação em rede, preferem não se colocar nesse território; 2) as limitações digitais do público a quem dirigem suas atividades – muitas organizações acreditam que a comunicação via redes digitais *on-line* não atingiria seu principal público por este estar em situação de exclusão digital; 3) as limitações infocomunicacionais das próprias organizações – em específico a capacidade

de estabelecer e manter canais efetivos de comunicação com suas as redes sociais *on-line* para promover a organização e suas causas.

5.2 Redes sociais *on-line*

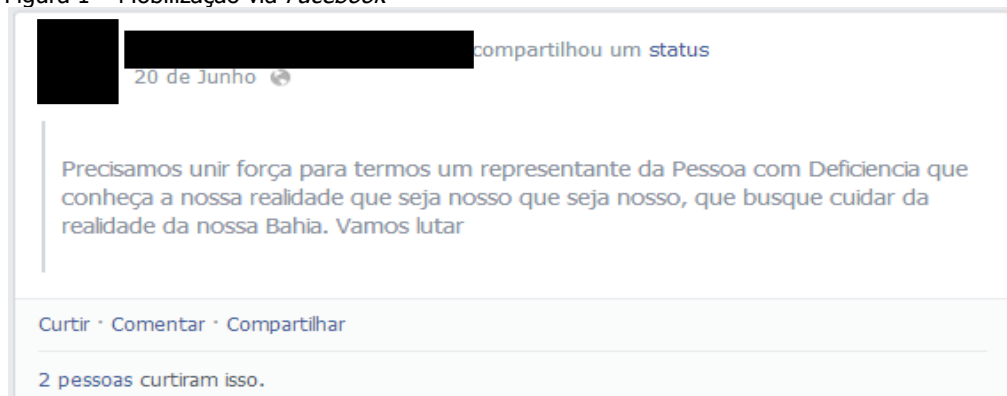
Questionados quanto ao objetivo de utilizar as redes, as respostas das OSC mais comuns estão relacionadas a “chamar a atenção para questões”, “conseguir novos apoiantes para a causa”, “prestar contas”, mas também “estreitar os laços” com aqueles que já fazem parte das redes *off-line*. Como disse uma organização:

"Dentro da nossa política de comunicação, a Internet é o principal instrumento nosso para o desenvolvimento e para divulgação da [organização]. [...] Estamos inseridos nas redes sociais como Facebook, Twitter e Youtube, que são os canais muito importantes para a ampliação/difusão das atividades desenvolvidas pela [organização] e também como instrumento de luta."(DEF)

De fato, o uso de redes sociais na Internet vem se tornando cada vez mais frequente em nossa sociedade, uma vez que o compartilhamento de informações, ideias e opiniões nestes ambientes alcança um maior número de pessoas. Além disso, as redes proporcionam relações interativas que exercem influência não só sobre aqueles que as utilizam, mas sobre toda a sociedade. Se como diz McLuhan (2005, p. 84), o sistema social como um todo sofre alterações pela emergência de uma nova tecnologia, então o meio político também é impactado:

Os novos meios e tecnologias pelos quais nos ampliamos e prolongamos constituem vastas cirurgias coletivas levadas a efeito no corpo social com o mais completo desdém pelos anestésicos. Se as intervenções se impõem, a inevitabilidade de contaminar todo o sistema tem de ser levada em conta. Ao se operar uma sociedade com uma nova tecnologia, a área que sofre a incisão não é a mais afetada. A área da incisão e do impacto fica entorpecida. O sistema inteiro é que muda.

A Figura 1 ilustra como as organizações utilizam as redes sociais *on-line* para mobilização em torno de suas causas. Essa OSC buscou apoio para garantir um representante de sua causa em um órgão de deliberação pública.

Figura 1 – Mobilização via *Facebook*

Fonte: Facebook, 2013.

As OSC também têm criado espaços de discussão porque acreditam que *"a partir do momento em que você participa de um debate você contribui."* (ABR). Com esse intuito, compartilham informações, imagens, vídeos, textos e disponibilizam *plug-ins* para acesso a outras fontes de informação na *Web*. Na Figura 2, observa-se que uma das organizações pesquisadas, ao utilizar um tema que no momento da publicação foi bastante comentado em todas as *media* digitais – manifestações populares em todo o Brasil -, informa à sociedade sua posição sobre o assunto em questão. Nessa publicação, percebe-se que o público também dialoga, seja acrescentando informação ou fazendo outros questionamentos, ou até, simplesmente não interagindo de forma conversacional, mas "curtindo" ou "compartilhando". Para Santos (2002, p. 17), grupos da sociedade têm se apropriado das tecnologias para estabelecer laços e se fortalecer: "[...] a intensificação exponencial das relações transfronteiriças e as novas tecnologias de informação e comunicação produziram alterações profundas nas escalas espaciais e temporais da ação social."

Figura 2 – Espaço de discussão gerado no Facebook



Fonte: Facebook, 2013.

Os dispositivos de comunicação da *Web* social permitiram que essas organizações pudessem planejar suas mensagens de acordo com a sua intenção ao publicá-las, causando assim, maior ou menor repercussão. Essa estratégia pode ser de caráter informativo, mobilizador ou até mesmo de divulgação, ou ainda para estabelecer níveis conversacionais a fim de criar novas redes de contatos. Nesse sentido, a comunicação mediada pelo computador gerou uma interação da qual algumas OSC “valem-se da Internet enquanto canal público de comunicação, livres de regulamentações e controles externos, para disseminar informações e análises que contribuam para o fortalecimento da cidadania e para o questionamento de hegemonias constituídas.” (MORAES, 2002)

Nesses ambientes percebe-se que as organizações vislumbram a perspectiva de uma maior interação não somente com o público-alvo, mas dirigida a toda a sociedade. Como afirma Recuero (2009, p.31) “a interação

representa um processo sempre comunicacional [...] é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social.”

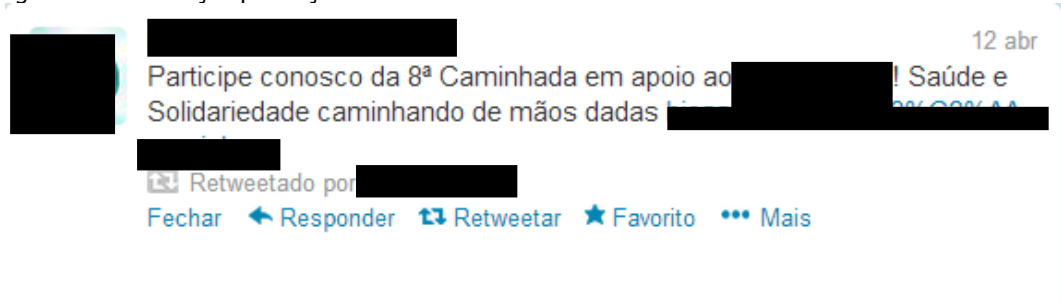
No entanto, algumas organizações têm uma visão clara de que poderiam implementar um uso mais sofisticado da Internet para participação política:

"Eu acho que para a atuação política, tem que aprender ainda como usar a Internet para mobilizar, por exemplo. Tem gente aqui esperta na paróquia para outros motivos, para outras coisas, e podia levar para mobilizar toda uma comunidade. Nós não fazemos ainda isso. É possível fazer. A gente tem que ter pessoas que queiram fazer."(COM)

Em geral, o *Twitter* é mais comumente utilizado para mensagens rápidas, já que os textos escritos têm a limitação dos 140 caracteres. Por meio desse *site*, uma das principais estratégias para tornar visível qualquer publicação é o uso de *hashtags*, que são palavras-chave precedidas pelo símbolo "#", que identifica o assunto que está se debatendo. Em seguida, esse "sinalizador" foi também levado para o *Facebook*. Por meio do *Twitter* também se direcionam *links* que de certa maneira ampliam a comunicação das OSC com a sociedade, levando os seguidores para outros espaços de informação ou comunicação.

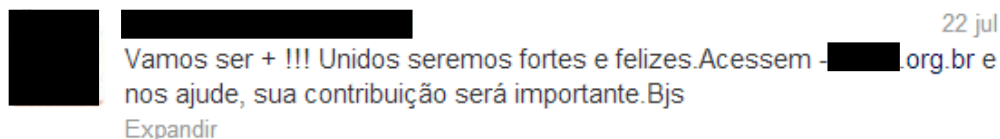
Como sinalizado com outras redes sociais online, o *Twitter* tem sido usado para mobilizar para manifestações *off-line* (Figura 3) e para captação de recursos (Figura 4):

Figura 3 – Mobilização para ação off-line



Fonte: *Twitter*, 2013.

Figura 4 – Captação de recursos por meio do *Twitter*



Fonte: *Twitter*, 2013.

Deve-se registrar que as organizações mantêm os meios de comunicação tradicionais (*cartazes*, *folders*, comunicações realizadas face a face, por correspondência, por telefone), porém, segundo elas, muitas dessas

estratégias comunicacionais, que visam angariar recursos, passam despercebidas pela população em geral. Contrariamente a esta invisibilidade e falta de eficácia dos meios tradicionais, as redes sociais *on-line* apresentam-se como alternativas: "*[...]a Internet ajuda muito a mostrar a nossa cara, a ampliar e mobilizar outros para apoiar os projetos e movimentos. [...] estamos on-line melhorando a nossa linguagem para atingir o público de uma forma geral, principalmente por causa da captação de recursos, inclusive com as redes sociais com estratégias de mobilização que nós usamos para advogar os direitos das organizações que a gente apoia.*"(SAU).

As ferramentas sociais da Internet possibilitaram também que a população pudesse interagir mais com as OSC, por meio de bate-papo, envio de mensagens, comentário sobre alguma atividade desenvolvida pela organização, criando a oportunidade de criar, por exemplo, inquéritos e até mesmo comunidades virtuais para pressão sobre entidades públicas e privadas.

Sobre as principais formas de divulgação da organização, a resposta de uma OSC é ilustrativa da variedade de canais utilizados: "*Site, as redes sociais, rede de amigos para doação e criação de uma ferramenta específica para isso, mailing, produção de vídeos, fotos, Youtube, blog comunidade e renda, Skype para economizar ligações internacionais, comunicação interna e algumas conferências, página específica no Facebook para a comunidade ecumênica. [A Internet] possibilita maior divulgação [...] para mobilizar a captação de recursos e em prol de movimentos sociais com caráter informativos e elaboração de projetos.*"(COM)

Vê-se que a comunicação realizada no ambiente digital surge como uma ampliação para a disseminação dos conteúdos informativos de organizações da sociedade civil. Entretanto, como exposto em citação anterior por uma das OSC entrevistadas, é algo que precisa ser melhorado e desenvolvido. Não basta somente publicar fotos, vídeos ou textos desconectadas com os objetivos e estratégias das organizações. O bom uso de *sites* de redes sociais, como outras ferramentas, requer competências infocomunicacionais (Borges, 2013) que possibilitem às OSC manterem-se informadas sobre os temas de seu interesse e, ao mesmo tempo, ampliar suas conexões.. Como salienta Saponara (2005, p.10):

Ninguém investe, promove ou apoia o que não conhece o que nunca ouviu falar, o que não tem referências ou indicação. Pessoas e empresas só se mobilizam em torno do que conhecem e confiam, em torno do que tem credibilidade. É para isso, sobretudo que serve a comunicação [...] para abrir portas

De fato a democratização da Internet e o acesso alargado aos dispositivos de comunicação da *Web* social têm proporcionado às organizações da sociedade civil potencializar seu poder comunicativo. De acordo com uma das OSC entrevistadas, "*[...] nós começamos a participar de eventos que antes não tínhamos conhecimento [...] ela [a Internet] ajudou a gente a se aproximar mais do nosso público.*"(DEF)

Por outro lado, como será reforçado por Pinho e outros (2012), os dados desta pesquisa não permitem afirmar que as redes sociais digitais repercutem diretamente na interação social que gera efeitos políticos. Em geral, as redes sociais são anteriores à Internet, ou seja, a Internet potencializa a comunicação, dá capilaridade às ações, ajuda a estabelecer novos contatos, mas o capital social foi alicerçado pelos contatos pessoais que,

nem sempre, mas em geral, são prévios ao emprego da Internet como meio de interação. De qualquer forma, se a comunicação digital apresenta um novo conjunto de ferramentas para estabelecer e estender as redes sociais, para produzir novas formas de colaboração e disseminação da informação, talvez possam colaborar para a participação política (GOMES, 2011).

O uso de ferramentas como o *Facebook* e o *Twitter* por ativistas, para fins de mobilização social, demonstra como a Internet pode potencializar a ação militante, o que não quer dizer que ela forme o cidadão ativo. Ocorre, também, por parte dos autores otimistas, uma indicação do surgimento de uma postura colaborativa na produção da Internet. Todas essas virtudes, no entanto, parecem mais localizadas na especificidade do meio em si do que nos processos sociais, o que pode gerar um risco de se esperar muito da tecnologia e pouco da sociedade, reificando, assim a tecnologia. (Pinho et al., 2012, p. 154)

6. Conclusão

As organizações da sociedade civil de Salvador se valem de intenso fluxo de informação e comunicação. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm sido gradualmente absorvidas e diretamente aplicadas para justamente potencializar esse fluxo, já que quanto mais relações sociais tiverem com a sociedade, maior será a popularidade dessas organizações, fortalecendo seus laços para fazer repercutir seus conteúdos informacionais e suas causas.

Nesse contexto, o uso dos *sites* de redes sociais pelas organizações da sociedade civil surge como uma estratégia de representatividade no que diz respeito à promoção de suas atividades e a mobilização em favor dos assuntos relacionados à organização e ao público a que se destina, configurando-se como alternativas para veicular suas ações e propor suas visões de mundo.

Das 32 organizações entrevistadas, metade utiliza, além de blogs, *sites* e e-mail, os *sites* de redes sociais. A maior frequência é no *Facebook* e *Twitter*, pois são os sites de redes sociais mais utilizados pelo público alvo dessas organizações, tornado-se as ferramentas comunicativas com maiores oportunidades de interação e participação social. De acordo com a pesquisa, não há uma predominância de segmento entre as organizações da sociedade civil que mais utilize os sites de redes sociais. A inserção de ferramentas da web social vêm se concretizando aos poucos e de maneira uniforme, a medida que as OSC percebem a utilidade e a viabilidade dessas ferramentas de comunicação entre o público que desejam alcançar.

A natureza dialógica das redes sociais *on-line* potencializaram a visibilidade das atividades desenvolvidas por essas organizações, como também serviram para estimular debates na sociedade. Percebe-se a adaptação à linguagem da *Web*, principalmente no *Twitter*, quando as mensagens são breves e diretas, entretanto não minimizam a importância do conteúdo informacional do texto. As ferramentas de comunicação da *web* social, no contexto das organizações da sociedade civil de Salvador, são cada vez mais utilizadas como estratégias para promover e difundir as ações e objetivos dessas organizações, ou seja, estratégias de conexão para promover relações entre as OSC e a sociedade em tempo integral, bem como disponibilizar informações pouco

disseminadas pelos meios de comunicação de massa sobre o segmento dessas organizações, aumentando, assim, a conscientização da sociedade sobre ações sociais e políticas de grupos organizados da sociedade. Por ter um efeito multiplicador, os *sites* de redes sociais são utilizados como estratégia comunicativa para que a sociedade em geral possa participar e apoiar as ações das OSC e, eventualmente, apoiar mais objetivamente as organizações com doações e voluntariado. Assim, a busca por visibilidade tem levado, cada vez mais, as OSC investirem em competências infocomunicacionais, criando condições dentro da própria organização para promover essas competências entre seus colaboradores e o público alvo.

Assim, na convergência de uma oportunidade, já que há uma conjuntura nacional favorável ao uso de redes sociais on-line (o Brasil já é o terceiro país em usuários do Facebook, por exemplo) com uma necessidade, já que as OSC têm de estreitar laços com parceiros, colaboradores e sociedade civil para manterem-se competitivas, percebe-se um contexto cultural que valoriza a participação em redes sociais online - o que impulsiona as organizações para esse ambiente que, por sua vez, facilita enormemente a divulgação de ações e o compartilhamento de experiências e vivências, o que é coerente com os objetivos institucionais que reclamam visibilidade e aceitação social.

Referências

- Borges, J. (2013). *Participação política, Internet e competências infocomunicacionais: evidências a partir de organizações da sociedade civil de Salvador*. Salvador: EdUFBA. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/12637>. Acesso em 03set.2013
- Gomes, W. (2011). Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: MAIA, R. C. M. *et al* (Org.). (2011). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina. Cap.1. p. 19-45.
- Guerra, I. C. (2010). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Cascais: Principia.
- Henriques, M. S., *et al.* (2004). Relações públicas em projetos de mobilização social: funções e características. In: HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). (2004). *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica. p. 18-19.
- Macintosh, A. & Whyte, A. (2006). Evaluating how eparticipation changes local democracy. In: EGOVERNMENT WORKSHOP '06 (EGOV06), 6., 2006, West London. *Anais...* London: Brunel University, 2006. Disponível em: <<http://www.iseing.org/egov/eGOV06/Accepted%20Papers/624/CRC/Evaluation%20of%20eParticipationv-2-submitted.pdf>>. Acesso em: 2 out. 2011.
- Marteletto, R. M.. (2010). Redes Sociais, Mediação E Apropriação de Informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. *Pesq. bras. Ci. inf.*, Brasília, v.3, n.1, p.27-46, jan./dez. 2010. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/26/56>>. Acesso em: 12 abr. 2012.
- Mcluhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Tradução de D. Pignatari. 4. ed. São Paulo: Cultrix. (1.ed. 1969)

- Meneghetti, S. B.. (2001). *Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia das organizações da sociedade civil*. São Paulo: Global.
- Moraes, D. de (2002). Ciberespaço e Mutações Comunicacionais. *Sala de Prensa: web para profissionais de la comunicacion iberoamericanos*, ano IV, v. 2, jun. 2002. Não paginado. Disponível em : <
<http://www.saladeprensa.org/art370.htm>> . Acesso em: 15 jun. 2013.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University.
- Pinho, J. A. G. et al. (2012). A atuação política na Internet: um olhar a partir da realidade brasileira. In: PINHO, J. A. G. (Org.). (2012). *Estado, sociedade e interações digitais: expectativas democráticas*. Salvador: Edufba, p. 137-157.
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Saebo, O. et al. (2008). The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area. *Government Information Quarterly*, v. 25, n. 3, p. 400-428.
- Santos, B. (2002). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Saponara, J. (Org.). (2005). *Comunicar é preciso: como ONGs podem se comunicar melhor com a imprensa*. São Paulo: ABRACOM.
- Teixeira, E. C. C. (2008). *Sociedade civil na Bahia: papel político das organizações*. Salvador: EdUfba.
- Tomaél, M. I. (2007). Redes sociais, conhecimento e inovação localizada. *Inf. Inf.*, Londrina, v. 12, n. esp..Disponível em: <www.brapci.ufpr.br/download.php?dd0=11339>. Acesso em: 20 abr. 2013.