

PARTICIPAÇÃO *ON-LINE* E CIDADANIA: UMA ANÁLISE DOS PONTOS DE PRESENÇA NA *WEB* DAS ENTIDADES SOCIAIS PARCEIRAS DO SITE PORTAL COMUNITÁRIO

*Karina Janz Woitowicz**
Andressa Kikuti-Dancosky
Karine de Fátima Segatto

RESUMO

O presente artigo propõe uma sondagem sobre pontos de presença das entidades cobertas pelo site jornalístico Portal Comunitário, que se apresenta como um projeto de extensão e webjornal laboratório do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). O objetivo é verificar quais entidades se comunicam por intermédio de outros meios *on-line*, ampliando assim seu leque de interação e participando mais ativamente do processo de democratização da mídia ao exercerem o direito à comunicação. O método adotado foi a procura dos nomes das entidades em mecanismos de busca Google e redes sociais. Como resultado pode-se perceber que há disparidade com relação ao número de pontos de presença na internet entre as entidades, o que revela que algumas têm mais interesse em atingir o público externo do que outras, além de dar indícios de um acesso desigual aos meios digitais. Com este mapeamento, analisa-se o papel do projeto Portal Comunitário na visibilidade das demandas sociais e no aprimoramento do trabalho em rede oportunizado pelas mídias digitais.

Palavras-chave: Jornalismo comunitário. Inclusão digital. Cidadania. Participação.

ONLINE PARTICIPATION AND CITIZENSHIP: AN ANALYSIS OF THE WEB PRESENCE OF SOCIAL ENTITIES ON THE SITE PORTAL COMUNITÁRIO

ABSTRACT

This paper proposes a survey of presence points of the entities covered by the journalistic site Portal Comunitário, which is presented as an extension project and web-newspaper laboratory of the Journalism Course at Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). The goal is to determine which entities communicate through other online means, thus expanding its range of interaction and participating more actively in the process of democratization of the media to exercise their right to communicate. The adopted method was to search for the names of entities in Google and social networks.

* Doutorado em Ciências Humanas (UFSC). Docente do Departamento de Comunicação, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR. Contato: karinajw@hotmail.com.

As a result one can see that there is disparity regarding the number of points of presence on the Internet among the entities, which reveals that some are more interested in reaching the general public than others, and it also gives evidence of unequal access to the digital means. This survey analyzes the role of the project Portal Comunitário in providing visibility to social demands and in the improvement of the network developed by the digital media.

Keywords: Community journalism. Digital inclusion. Citizenship. Participation.

LA PARTICIPACIÓN Y LA CIUDADANÍA EN LA WEB: UN ANÁLISIS DE LA PRESENCIA EN INTERNET DE LAS ENTIDADES SOCIALES QUE INTEGRAN EL SITIO PORTAL COMUNITARIO

RESUMEN

En este trabajo se propone un estudio sobre la presencia de las entidades cubiertas por el sitio periodístico Portal Comunitario, que se presenta como un proyecto de extensión y periódico laboratorio en web del Curso de Periodismo de la Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). El objetivo es determinar qué entidades se comunican a través de otros medios en la web, ampliando así su gama de interacción y participando más activamente del proceso de democratización de los medios para ejercer su derecho a la comunicación. El método adoptado fue la búsqueda de los nombres de las entidades en los espacios de Google y las redes sociales. Como resultado se puede ver que existe una disparidad en cuanto al número de puntos de presencia en Internet entre las entidades, lo que revela que algunos están más interesados en llegar al gran público que otros, y dan evidencia de la desigualdad de acceso a los medios digitales. Con este panorama, se analiza el papel del proyecto Portal Comunitario en la visibilidad de las demandas sociales y la mejora del trabajo en red desarrollado por los medios digitales.

Palabras clave: Periodismo comunitario. Inclusión digital. Ciudadanía. Participación.

INTRODUÇÃO

O projeto de extensão e webjornal laboratório do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Portal Comunitário (disponível em <http://www.portalcomunitario.jor.br>), foi criado no ano de 2008 e viabilizado a partir de parcerias com entidades de Ponta Grossa. O projeto contempla, atualmente, mais de 50 entidades da sociedade civil do município, entre ONGs e grupos, movimentos sociais, associações de moradores e sindicatos.

O projeto funciona como jornal laboratório *on-line* produzido pelos acadêmicos do 3^o ano do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, por meio de uma proposta interdisciplinar que articula ensino e extensão. A produção de notícias e de reportagens multimídia é realizada a partir da integração entre as disciplinas de Comunicação Comunitária, Webjornalismo e Telejornalismo, de modo a permitir o desenvolvimento de conhecimentos teóricos do jornalismo comunitário e de técnicas jornalísticas em diferentes suportes, caracterizando uma produção multimídia.

O site está estruturado de modo a oferecer informações sobre as entidades sociais parceiras do projeto e diversos conteúdos aos leitores (vagas de emprego, apoio jurídico, agenda de eventos da comunidade, entre outras). Para tanto, utiliza recursos de texto (notas, notícias e reportagens), fotos, vídeos em formatos diversos, além da produção semanal de um *podcast* de rádio (programa Antena Comunitária), de modo a contemplar a preocupação com a acessibilidade e trabalhar a multimídia. Também, incorpora-se ao trabalho da equipe a difusão do conteúdo por meio das redes sociais, que funcionam como potencializadoras do alcance do projeto.

A articulação das atividades de ensino com práticas de extensão universitária proporciona a dinamização da formação acadêmica e a produção sistemática de conteúdos jornalísticos que ganham visibilidade no veículo, com a publicação regular de conteúdos noticiosos. As matérias e reportagens são produzidas por intermédio das disciplinas, e os demais espaços de serviço e informação são mantidos por meio do projeto de extensão, contando com a participação de bolsistas e voluntários do curso de Jornalismo, que se ocupam das atividades de interação com a comunidade, gestão do site, divulgação, reflexão teórica, entre outras.

O site é atualizado periodicamente pelos estudantes do curso de jornalismo UEPG, com notícias e informações de utilidade pública. O diferencial é que o conteúdo jornalístico é produzido em parceria com a comunidade, o que confere participação direta dos cidadãos envolvidos na elaboração de pautas, escolha de fontes e sugestões que surgem a partir dos comentários do próprio site ou das redes sociais e de contato direto com a comunidade atendida.

Ao longo de cinco anos de trajetória, pode-se dizer que o projeto se fortaleceu tanto no que diz respeito à perspectiva da comunicação comunitária e da participação cidadã quanto em relação à sua estrutura técnica, formato e linguagem, o que resultou em uma produção jornalística que valoriza o local e tematiza as demandas de bairros, sindicatos, movimentos sociais e entidades de Ponta Grossa/PR.

O Portal se propõe a ser um serviço de informação e comunicação feito não para a comunidade, mas com a comunidade, em sintonia com os princípios do jornalismo cidadão. Ao se fundamentar nos conceitos da Comunicação Comunitária e do Webjornalismo, preza pela inclusão dos setores da sociedade civil na produção da informação pela crescente inserção dos estudantes nas comunidades. Nesse sentido, o uso dos mecanismos de interatividade presentes no site (comentários, formulário de contato, e-mail), associado à divulgação das notícias nas mídias sociais, oportuniza a difusão de notícias de interesse da comunidade e, conseqüentemente, o fortalecimento das lutas das entidades e atores sociais.

Contudo, muitas entidades contempladas pelo Portal Comunitário têm uma participação restrita na *web*, com pouca ou nenhuma atividade *on-line* além da inserção de matérias no Portal. Dada a importância da inclusão digital para a democratização da informação e exercício da cidadania, este artigo se propõe a fazer uma sondagem sobre pontos de presença destas entidades na internet, como *sites*, *blogs*, canais de vídeo no Youtube, *e-mail* e presença de conta em redes sociais como o Facebook e Twitter.

O objetivo é verificar quais das entidades se comunicam com seu público por outras formas de comunicação na *web* além do Portal Comunitário, ampliando os mecanismos de interação *on-line*. Essa perspectiva de análise se torna pertinente no contexto do trabalho do Portal Comunitário, uma vez que permite perceber os diferentes

níveis de apropriação das tecnologias pelas entidades e as possibilidades de potencializar o alcance e a difusão de conteúdos de interesse coletivo.

DIREITO À COMUNICAÇÃO E DESAFIOS DAS MÍDIAS DIGITAIS

Um dos argumentos apresentados por [Peruzzo \(2004, p.49\)](#) na discussão sobre comunicação comunitária e democratização dos meios de comunicação é o de que o direito à comunicação é um direito de cidadania. Conforme a humanidade segue sua trajetória histórica, o que se entende por cidadania também vai evoluindo. Assim, Peruzzo defende o acesso à informação e aos canais de expressão como um direito de primeira e terceira geração. De primeira geração, porque estaria na “dimensão civil da cidadania que assegura, entre outros direitos, o de liberdade de expressão de ideias, convicções, crenças, etc.”, e de terceira geração “ao se deslocar para a noção de direito coletivo; direitos de grupos humanos em suas individualidades”. ([PERUZZO, 2004, p.63](#))

Por isso, nesse contexto coletivo, o direito à comunicação estaria recebendo crescente atenção dos movimentos sociais brasileiros, que na ampla pauta de lutas que desenvolvem, deixaram de ver a utilização da comunicação apenas como necessidade da própria comunidade com vistas a organizar-se internamente ou divulgar suas ações ao público externo ([PERUZZO, 2004, p.50](#)), para entender que a democracia no poder de comunicar é condição para ampliação da cidadania ([PERUZZO, 2004, p.67](#)).

Para poder manifestar as necessidades de suas comunidades e o que tem como propostas para a solução dos problemas sociais que enfrentam, os movimentos populares precisam falar e ser ouvidos. No cenário de concentração da mídia no Brasil, em que a liberdade de imprensa ficou nos domínios de grandes grupos econômicos e políticos, os movimentos populares enfrentam desigualdade no acesso à mídia tradicional, porque seu discurso é alternativo ao poder hegemônico.

Ao questionar “quem de fato tem o direito de se expressar através da mídia” ([PERUZZO, 2004, p.66](#)), os movimentos criaram meios próprios de expressão (comunicação comunitária, popular ou alternativa) e também partiram para a discussão sobre a democratização da mídia, principalmente sobre a concessão pública de emissoras de rádio e TV, reivindicando acesso a esses meios para as organizações populares, conquistando o que hoje são as rádios e TVs comunitárias, mas também cobrando maior clareza, transparência e controle social sobre todas as concessões. A inserção de movimentos sociais e demais entidades da sociedade civil organizada na internet também é outra demanda de discussão, uma vez que a *web* possibilita a construção de canais próprios de comunicação – como *blogs*, *sites* e participação em redes sociais - que independem do controle hegemônico da mídia.

Nesse sentido, abordar os pontos de presença na *web* das entidades de Ponta Grossa/PR que fazem parte do Portal Comunitário tem o intuito de ressaltar que, mesmo na variedade de objetivos dessas entidades, culturais, ambientais, estudantis, sindicais ou assistenciais, uma comunicação mais plural é horizonte que importa a todas, porque elas fazem contestação ao *status quo* e para isso oferece-se pouco espaço na grande mídia, caracterizada pelos meios impressos, de rádio e de televisão com abrangência massiva no Brasil.

[Barbalho \(2005\)](#) entende que ocupar a mídia “torna-se a tarefa primordial da política de diferença, dando vazão à luta das minorias no que ela tem de mais radical (no sentido de raiz): poder falar e ser ouvida” ([BARBALHO, 2005, p.36](#)). Assim, o objetivo das

entidades de defesa dos animais ou de vegetarianos é convencer a maioria para que promovam mudanças no tratar e consumir animais, questionamento que não é feito pelas agroindústrias, por exemplo, patrocinadoras da mídia tradicional e apoiadoras de bancadas políticas no Congresso Nacional. A mesma reflexão vale para os demais movimentos, que prezam pelos direitos de diferentes categorias trabalhistas, mulheres, estudantes, negros, pessoas com deficiência, etc.

Uma esperança de maior liberdade de expressão surgiu com a criação da internet em 1989 e principalmente da *web* em 1994, quando ofereceram-se condições para que o intercâmbio de informações fosse mais fácil, diminuindo algumas barreiras de tempo e espaço. Com a *web* 2.0, as ferramentas de interatividade e multimídia, potencializadas pelas redes sociais, possibilitaram ao receptor de conteúdo tornar-se emissor de conteúdo, abrindo espaços para os indivíduos ou movimentos sociais dizerem e fazerem comunicação. No entanto, em que pesem as potencialidades, esse novo ambiente tem seus limites:

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, cada vez mais se potencializa o acesso do cidadão ao poder de comunicar, claro que uma vez reduzidas as desigualdades de renda, de educação e de acesso à Internet. O ciberespaço é um novo ambiente para se exercitar a cidadania comunicacional, facilitado pelas possibilidades oferecidas pela interatividade, pelo intertexto e pela comunicação de todos com todos. (...) É uma possibilidade sem igual para o exercício da liberdade de comunicação, cerceada apenas pelo impedimento do acesso às infra-estruturas necessárias e a educação para o uso das novas tecnologias. (PERUZZO, 2004, p.68).

Tal aproximação entre o direito à comunicação e os meios digitais também é abordada por [Paiva \(2011\)](#), ao tratar do conceito de minorias flutuantes adequadas aos novos tempos midiológicos. Segundo a autora:

Transformar-se (...) em uma minoria flutuante, adequada aos novos tempos “midiológicos” requer a adoção de uma postura em que estética, espetáculo, telepresença, facilitarização, aparência de imprevisível atuariam como forças em determinados momentos muito mais ativas do que os pressupostos básicos que mantêm a existência e o vigor do ativismo político no sentido tradicional do termo, que envolve a luta pela hegemonia. (PAIVA, 2011, p.36)

Portanto, saber em que formato e como suas ações podem obter melhores resultados na *web* para agregar cidadãos com interesses em comum e pressionar a agenda midiática e política requer adaptação das estratégias de mobilização da agenda pública voltadas para a arena digital. Porém, se as entidades, enquanto ponto de presença institucional, pouco usam do potencial da *web* para fortalecer suas redes de influência e parceria, menor ainda será o envolvimento de seus membros em volume de manifestação de outras vozes, em oposição ao discurso dominante.

Nesse sentido, compreender o modo como as entidades sociais que integram o Portal Comunitário utilizam a internet – para manter contato com os cidadãos, divulgar suas demandas e interagir no ambiente digital – constitui uma necessidade do projeto para aprimorar seu alcance e incentivar a interação junto às entidades e grupos parceiros.

COMUNIDADE, REDES E PARTICIPAÇÃO CIDADÃ

Entende-se que a comunicação na *web* está orientada para a busca pelo diálogo, participação e interação. Assim, a disposição para debater ideias na *web* com cidadãos de diferentes grupos, para além da região de atuação ou cidade das entidades, ou com entidades com perfis diferentes, como o diálogo entre o movimento feminista com o de agroecologia, por exemplo, torna-se prática comum em um universo em que os fluxos de comunicação circulam livremente. Afinal, o que direcionaria a união de forças de cidadãos com entidades ou de entidades com entidades seria os interesses em comum nas lutas de contra-hegemonia, relações estas que reconfiguraram o que se entendia anteriormente como comunidade.

A pluralidade de objetivos das entidades do Portal Comunitário colabora para demonstrar a diversidade das comunidades atuais. Antes caracterizada apenas por ter em comum um território em que um grupo precisava manter sua identidade estável e fortalecer seus laços de solidariedade para defender sua sobrevivência perante adversidades externas, agora, na realidade urbana ocidental, a comunidade é formada por identidades plurais, menos estáveis, formadas por identificações de outras naturezas que não o território, em que “os meios de comunicação têm importância decisiva”. (LEAL, 2006, p.184)

Leal (2006) concilia o que poderia ser um dilema entre o caráter individual da identidade e o caráter coletivo da comunidade:

Essa parece ser, de fato, uma questão fundamental: a de passagem da identidade vivida/gerenciada individualmente, mesmo alvo de uma política de vida, para uma identidade política, percebendo-se nessa noção as possibilidades e implicações políticas do agir individual em nome de/como membro de um grupo qualquer. A “comunidade” surge, nesse sentido, como dimensão estratégica de diferenciação e identificação dos indivíduos reunidos coletivamente em relação a outros grupos sociais e mesmo àquilo que se tem como “sociedade”. Nessa perspectiva, as comunidades seriam partes integrantes da vida social, núcleos políticos-culturais no interior de um “todo”, seja este “nação”, “sociedade” ou “país”. (LEAL, 2006, p.188).

A comunidade e a identidade não estariam mais relacionadas ao lugar, mas a articulação de interesses. Nesse sentido, as entidades podem aproveitar seus pontos de presença na *web* para estabelecer interconexões com cidadãos e organizações que fortaleçam suas pautas de reivindicação, tendo em vista que a “internet proporciona um ambiente informativo rico e multidirecional, de origens múltiplas, ultrapassando por completo a perspectiva unidirecional da mídia massiva, os monopólios e as práticas de controle de informação”. (MAIA, 2008, p.331)

Entre as oportunidades possíveis na internet para “informar as pessoas, fortalecer virtudes cívicas, desenvolver habilidades críticas e políticas dos cidadãos, mobilizar a ação coletiva, promover a exigência de prestação de contas, de maneira rápida e pouco dispendiosa”, Maia (2008) apresenta a formação de quatro diferentes tipos de rede:

a) Redes para produção de conhecimento técnico-competente destinam-se a organizar conhecimento especializado e torná-lo disponível para movimentos sociais. (...)

- b) Redes de memória ativa têm como propósito digitalizar documentos de movimentos sociais (...) para armazenamento livre em portais, na rede, a fim de que se tornem acessíveis para outros movimentos sociais e para a sociedade em geral. (...)
- c) Redes para produção de recursos comunicativos apresentam, como meta, aperfeiçoar as habilidades para uso eficaz das oportunidades de comunicação, auxiliando grupos subordinados e marginalizados a articular, de modo autônomo, seus próprios interesses e suas necessidades. (...)
- d) Redes de vigilância e solidariedade à distância têm como objetivo defender direitos, protegendo os cidadãos ou lutando contra discriminação, ou exercendo função de vigilância sobre os dirigentes e outras instituições. ([MAIA, 2008, p.334-336](#))

Tendo em mente a descrição dos tipos de rede oferecida por [Maia \(2008\)](#), é possível perceber a potencialidade da internet para auxiliar na democratização da comunicação e o exercício da cidadania. Contudo, é preciso ressaltar que nem todas as entidades sondadas por este artigo formam redes de fato, já que a atuação por vezes se dá de forma mais branda, deixando de aproveitar as oportunidades dadas no atual contexto tecnológico-midiático.

Com o objetivo de identificar quais são os meios utilizados pelos movimentos sociais, grupos e ONGs de Ponta Grossa para comunicação *on-line*, foi realizado um levantamento para encontrar informações sobre os pontos de presença na *web* das entidades atendidas pelo projeto Portal Comunitário. O levantamento das informações foi feito por meio de um formulário para preenchimento de dados de identificação e localização de *sites*, *blogs*, canais de vídeo no Youtube, e-mail e conta em redes sociais como o Facebook e Twitter dessas entidades durante o mês de junho de 2013.

A existência de meios próprios das entidades sociais é importante por oportunizar lugar de diálogo tanto com o seu público quanto com outros indivíduos e grupos que se interessarem por suas bandeiras de luta. Também é relevante por ampliar a comunicação das ações e pautas dessas entidades para além do que é produzido pelos atores sociais em parceria com os alunos do curso de Jornalismo da UEPG, por meio do Portal Comunitário. Esses dois argumentos justificam a pertinência da investigação feita neste artigo.

MÉTODOS PARA ANÁLISE DA PRESENÇA DA SOCIEDADE CIVIL NA WEB

O Portal Comunitário cobre mais de 50 entidades do município de Ponta Grossa, entre movimentos sociais, ONGs e Grupos, associações de moradores de bairros da cidade e sindicatos. Para essa pesquisa, foi necessário fazer um recorte das entidades presentes no Portal. Optou-se por trabalhar apenas com grupos, movimentos sociais e ONGs, o que resultou em 23 entidades pesquisadas[†].

[†] ASTRAMA (Associação de Trabalhos Manuais); Coletivo Corina Portugal; Emiliano Zapata (pré-assentamento); Instituto Obesos Alertas; Gingando para Jesus; Hip Hop PG; Ilê de Bamba; DCE UEPG (Diretório Central de Estudantes de Universidade Estadual de Ponta Grossa); Grupo Renascer – GLBTS (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Travestis de Ponta Grossa); APEDEF (Associação esportiva dos deficientes físicos); APADEVI (Associação de Pais e Amigos dos Deficientes Visuais); UAMPG (União das Associações de Moradores de Ponta Grossa); ADFPG (Associação de Deficientes Físicos de Ponta Grossa); Cacique Pena Branca; ONG Você Consegue; CAJOR (Centro Acadêmico João do Rio); UPE (União Paranaense de Estudantes); Reviver (Associação Reviver de Assistência ao Portador do Vírus HIV); AVEG (Abolicionistas

A sondagem sobre os pontos de presença na internet, que envolve as 23 entidades, teve como método a pesquisa por busca na *web*, inserindo-se o nome de cada uma delas nos mecanismos de busca das redes sociais Twitter e Facebook. O nome da entidade também foi inserido no Google na procura por sites e blogs, e no Youtube na busca de canais de vídeo. Neste último, consideraram-se apenas os resultados que envolviam o canal de vídeo da própria entidade, desprezando-se aqueles em que contas de outros usuários postavam vídeos da mesma.

É importante salientar que a simples presença da entidade nas redes sociais ou de *websites* e *blogs* não significa, necessariamente, que haja uma participação efetiva na rede, nem que essa participação seja homogênea. Para que os níveis de participação sejam medidos, faz-se necessária uma pesquisa muito mais ampla e aprofundada em cada um dos canais – trabalho que não cabe a este artigo.

Outro aspecto incluído nessa sondagem foi a presença de endereços de *e-mail* das entidades. Para a categorização, marcaram-se com “sim” apenas as entidades que possuem um canal de comunicação direta entre usuários pelo *site*, ou endereço de *e-mail* institucional (ou seja, com o nome da entidade, e não em nome de outras pessoas, mesmo que estas respondam pela entidade). Os endereços de *e-mail* foram procurados nos *sites*, *blogs* e redes sociais.

Por meio da busca na *web* no período de maio a junho de 2013, encontraram-se os seguintes pontos de presença:

Tabela 1. Tabela de pontos de presença por entidade.

| Nome | E-mail | Site | Blog | Facebook | Twitter | Youtube | Pontos de presença |
|------------------------------------|--------|------|------|----------|---------|---------|--------------------|
| ASTRAMA | Não | Não | Não | Não | Não | Não | 0 |
| Coletivo Corina Portugal | Não | Não | Não | Não | Não | Não | 0 |
| Emiliano Zapata (pré-assentamento) | Não | Não | Não | Sim | Não | Não | 01 |
| Instituto Obesos Alerta | Não | Não | Sim | Não | Não | Não | 01 |
| Gingando para Jesus (capoeira) | Não | Não | Não | Sim | Não | Não | 01 |
| Hip Hop PG | Não | Não | Não | Não | Não | Sim | 01 |
| Ilê de Bamba (capoeira) | Não | Não | Sim | Sim | Não | Não | 02 |
| DCE UEPG | Não | Não | Sim | Sim | Não | Não | 02 |
| Grupo Renascer – GLBTS | sim | Não | Sim | Não | Não | Não | 02 |

Veganos); AMA (Associação Mãozinhas de Anjo); Grupo Fauna (defesa dos Direitos Animais e Ambientais); SOS Bichos de Rua; e Bando da leitura (Ponto de Leitura).

Tabela 1. Tabela de pontos de presença por entidade. (cont.)

| Nome | E-mail | Site | Blog | Facebook | Twitter | Youtube | Pontos de presença |
|---------------------|--------|------|------|----------|---------|---------|--------------------|
| APEDEF | Não | Não | Não | Sim | Não | Sim | 02 |
| APADEVI | Não | Não | Não | Sim | Sim | Não | 02 |
| UAMPG | Sim | Não | Sim | Não | Não | Não | 02 |
| ADFPG | Sim | Sim | Não | Sim | Não | Não | 03 |
| Cacique Pena Branca | Sim | Sim | Não | Sim | Não | Não | 03 |
| ONG Você Consegue | Sim | Sim | Não | Sim | Não | Não | 03 |
| CAJOR | Sim | Não | Sim | Sim | Sim | Não | 04 |
| UPE | Não | Não | Sim | Sim | Sim | Sim | 04 |
| Reviver | Sim | Não | Não | Sim | Sim | Sim | 04 |
| AVEG | Sim | Não | Sim | Sim | Não | Sim | 04 |
| AMA | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | 05 |
| Grupo Fauna | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | Sim | 05 |
| SOS Bichos de Rua | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | 05 |
| Bando da Leitura | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | 05 |

Fonte: Levantamento de dados realizado pelas autoras nas redes (2013).

Das 23 entidades, 17 entidades possuem conta no Facebook (73,9%), 13 possuem endereço de e-mail com o nome da entidade e disponível no sistema de busca (56,52%), 10 possuem *blog* (43,47%), nove possuem sítio eletrônico (39,13%), nove possuem conta no Twitter (39,13%) e oito possuem conta no Youtube (34,78%). Percebe-se assim a predominância entre as entidades da amostra da rede social Facebook frente ao Twitter e aos demais pontos de presença. Um dos motivos para isso pode ser sua popularidade e alcance, além da característica dessa rede ofertar muitas ferramentas de comunicação que os demais pontos de presença também oferecem, mas com a vantagem de aparecer na linha do tempo do seu público.

Embora o *e-mail* institucional seja o segundo ponto de presença mais identificado na amostra, chama a atenção o fato de apenas 56,52% das entidades pesquisadas contarem com essa ferramenta, uma vez que o *e-mail* é um importante canal de

comunicação e de relacionamento direto entre a entidade e seus participantes, parceiros, políticos, comunidade externa, etc. No entanto, existe uma possibilidade, não considerada por este levantamento, que é a existência de *e-mails* pessoais dos participantes da entidade atuando como canal de comunicação institucional. Se contabilizados os e-mails pessoais que por ventura são usados com este fim, possivelmente essa porcentagem se elevaria.

A estrutura simples e intuitiva dos *blogs* também os torna um canal de comunicação utilizado por entidades locais em Ponta Grossa. A maioria deles se hospeda em domínios gratuitos, como Blogspot, Wordpress, etc., o que aumenta sua viabilidade. Sítios eletrônicos, da mesma forma, são importantes pontos de presença na *web*, os quais servem como um canal de largo alcance. Já os canais do Youtube, plataforma menos utilizada, de acordo com o levantamento feito neste artigo, são espaços mais segmentados, nos quais cabem apenas conteúdos em formato de vídeo. Talvez esta segmentação explique a sua utilização por apenas 34,78% da amostra. Assim como no caso do *e-mail*, aqui não estão sendo considerados os canais pessoais do Youtube que servem para hospedagem de vídeos institucionais das entidades.

Sobre a utilização de diferentes pontos de presença por uma mesma entidade, foi possível observar que nenhuma entidade usa os seis tipos de pontos de presença analisados neste artigo. Os pontos de presença são potencialidades ofertadas pela *web* para aprimorar a comunicação institucional das entidades, com a vantagem de a maioria deles poder ser administrado por pessoas comuns ligadas à entidade e não apenas por jornalistas. O fato de nenhuma delas utilizar todos os pontos de presença coletados é um dado que chama a atenção, embora ele sozinho não signifique que a entidade tenha falhas em sua estrutura comunicacional: um ponto de presença bem utilizado pode ser mais eficaz do que vários pontos com utilização ocasional, por exemplo. Essa percepção aponta para a necessidade de que esse estudo continue a se desenvolver numa perspectiva qualitativa dessa mesma amostra.

Duas entidades não possuem nenhum ponto de presença na internet. Essa ausência pode indicar que há ainda avanços a serem obtidos no que tange à inclusão digital, sobretudo em se tratando de entidades do terceiro setor, que tradicionalmente ocupam espaço reduzido em veículos tradicionais de mídia. Ter seu espaço próprio, a partir da internet, facilita e aprimora o exercício da cidadania por parte delas.

Quatro entidades possuem apenas um ponto de presença, sendo que três têm contas no Facebook e uma no Youtube; e seis entidades possuem apenas dois pontos de presença, com preponderância de conta no Facebook (quatro entidades) e no blog (quatro entidades), seguido por endereço de e-mail (duas entidades), conta no Twitter (uma entidade) e no Youtube (uma entidade). São três entidades com três pontos de presença e a maioria das entidades com quatro ou cinco pontos de presença, somando 34,6% da amostra, conforme gráfico abaixo (Figura 1).

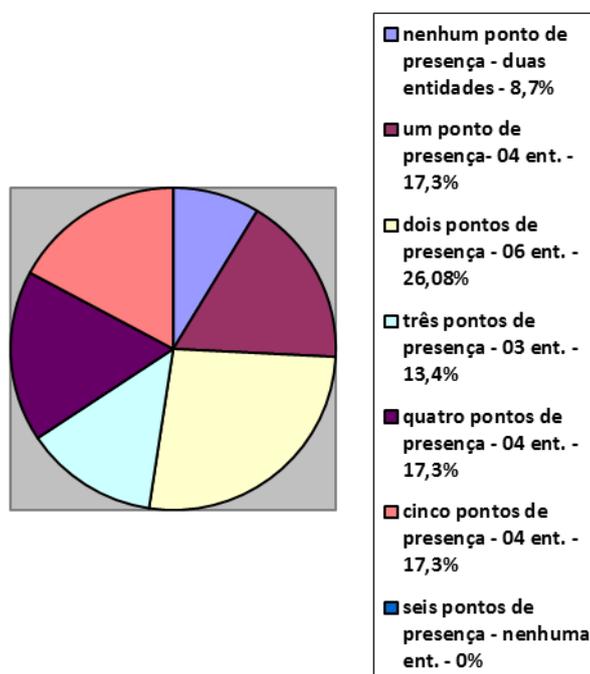


Figura 1. Pontos de presença por entidades.

Entre as que possuem o maior número de pontos de presença estão as entidades estudantis (CAJOR e UPE), ambientais (AVEG, Grupo Fauna, SOS Bichos de Rua), culturais (Bando da leitura) e assistenciais (Reviver e AMA), que têm como característica em comum a busca maior por alcançar novos públicos para além do trabalho local, em comparação a entidades mais centradas no atendimento do grupo ou em ações pontuais, como a ASTRAMA e Coletivo Corina Portugal, que não possuem nenhum ponto de presença na *web*.

No entanto, não se pode dizer que as entidades estão dentro ou fora da *web* somente com os dados desta amostra, reforçando a ideia já mencionada por este artigo de que alguns dirigentes podem utilizar os pontos de presença pessoais para divulgar e articular as ações das entidades de que participam, não percebendo como necessária a criação de pontos de presença institucionais.

Não se pode afirmar que a quantidade de pontos de presença signifique que determinada entidade é mais atuante na *web* que outra, já que este artigo não analisou como os pontos de presença são usados, apenas se existem, e também porque a necessidade de criar e manter atualizados esses pontos de presença na *web* está relacionada ao perfil de cada entidade, ao público que pretende alcançar e sua atuação fora da *web*.

Interessa, portanto, com base nos modos de contato e interação verificados pelo mapeamento dos pontos de presença das entidades na *web*, identificar a importância do

trabalho do Portal Comunitário na visibilidade das demandas coletivas, bem como refletir sobre a necessidade de aprimorar o uso da internet para o fortalecimento de uma comunicação em rede.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, pode-se dizer que o objetivo central deste artigo, levantar os pontos de presença da *web*, a partir de formulário de preenchimento de dados referente às entidades cobertas pelo Portal Comunitário – *site* focado na comunicação de entidades do terceiro setor, alimentado pelos estudantes de Jornalismo da UEPG – foi cumprido, visto que os pontos de presença foram identificados e tal levantamento serviu de base para uma discussão inicial sobre sua importância e utilização.

O levantamento da quantidade de pontos de presença das entidades mostrou um aproveitamento tímido das potencialidades de meios que a *web* apresenta para interação, já que apenas 34% da amostra possui entre quatro e cinco pontos de presença. Essa constatação ressalta a relevância da atuação do Portal Comunitário para a divulgação das entidades no ambiente virtual e ao mesmo tempo apresenta mais um desafio ao projeto, o incentivo para que as entidades criem seus próprios meios de comunicação.

Com o trabalho realizado ao longo de cinco anos pelo Portal Comunitário, observa-se que o veículo apresenta potencial de alcance em diferentes grupos e entidades que participam do projeto, o que revela que a internet representa um importante espaço que pode estar a serviço da sociedade civil. Esse aspecto pode ser constatado na produção jornalística comprometida com as demandas sociais e na preocupação em trabalhar os recursos do jornalismo *on-line* em sintonia com os interesses dos grupos, comunidades e entidades.

Desse modo, entende-se que o Portal Comunitário, ao oferecer informações e orientações de interesse público, em linguagem acessível, contribui para o fortalecimento do caráter interativo e comunitário do projeto, auxiliando as pessoas no reconhecimento e na conquista de seus direitos e incentivando a participação cidadã. Tal perspectiva, contudo, pode fortalecer-se com a criação e a ampliação de mecanismos de visibilidade das entidades na internet, com a manutenção de sites atualizados, *blogs*, contatos por *e-mail*, conta no Facebook, Youtube e Twitter, entre outras ações que permitem a difusão dos interesses dos grupos e comunidades e o estabelecimento de redes de solidariedade.

O que se pode observar é que a *web* oportuniza a existência de uma variedade de pontos de presença que podem colaborar com a comunicação entre a entidade e seu público alvo, e também com o seu público externo. Apesar de todos os problemas e limitações, a *web* 2.0 pode vir a ser uma promessa de democratização da comunicação, desde que sejam vencidas barreiras como a exclusão digital de cidadãos interessados em uma realidade comunicacional contra-hegemônica. Tal questão é abordada por Maia (2008) quando afirma que o otimismo com relação à internet e sua possibilidade de proporcionar um ambiente informativo rico e multidimensional deve ser ponderado pela desigualdade na inclusão digital, limitada por fatores que vão desde a pobreza e falta infraestrutura adequada, até a precariedade de habilidades e treinamento digital.

Ainda sobre esses limites e potencialidades, [Becker \(2009\)](#) chama a atenção para o problema e a solução que o digital cria para a cidadania.

Do ponto de vista do conjunto da sociedade, os benefícios trazidos pelas tecnologias da informação e comunicação seriam uma faca de dois gumes, pois implicariam um crescimento constante e irremediável das diferenças entre quem está e quem não está integrado às redes de computadores, uma vez que esta integração teria passado a significar acesso à informação, lazer, arte, serviços públicos, participação política, comunicação e expressão, programas educativos, sendo defendida por muitos, em última instância, como acesso à própria cidadania. (BECKER, 2009, p.12)

O levantamento de pontos de presença na *web* é apenas um passo para possibilitar uma análise mais aprofundada da inclusão digital destas entidades. No entanto, indica limitações de acesso e de condições de produção da comunicação, que acabam por restringir a visibilidade do trabalho realizado pelas entidades sociais, bem como de suas demandas e necessidades.

Considera-se, portanto, que embora o Portal Comunitário cumpra um papel importante na tematização de questões de interesse público vinculadas aos grupos e movimentos sociais, utilizando a internet para potencializar as lutas por direitos dos cidadãos, há uma demanda por acesso às mídias digitais por parte de setores da sociedade civil que não está sendo devidamente contemplada, conforme se verifica pela tímida presença das entidades na *web*.

Esses aspectos reforçam a importância de superar a barreira da inclusão digital para se obter uma comunicação mais plural em democrática, capaz de servir como espaço de reivindicação de direitos e de participação cidadã.

SUBMETIDO EM 15 out. 2013
ACEITO EM 29 maio 2015

Referências

[BARBALHO, A.](#) Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 27-39.

[BECKER, M. L.](#) **Inclusão digital e cidadania**: as possibilidades e as ilusões da “solução” tecnológica. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2009.

[LEAL, B. S.](#) A comunidade como projeto identitário. In: MAYA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 183-192.

[MAIA, R.](#) Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. In: GOMES, W.; MAIA, R. **Comunicação e democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008. p. 327-348.

[PAIVA, R.](#) Minorias flutuantes e ativismo social. In: BARBALHO, A.; FUSER, B.; COGO, D. (Orgs.). **Comunicação e cidadania**: questões contemporâneas. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2011. p. 28-40.

[PERUZZO, C. M. K.](#) Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, M. J. C. (Org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004. p. 49-79.