NOVAFCSH
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Uma perspetiva sobre os movimentos digitais de cidadãos na área da saúde

Cássia Ariane Scherer

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação - área de especialização em Estudos dos Media e do Jornalismo

Cássia Ariane Scherer, Uma perspetiva sobre os movimentos digitais de cidadãos na área da saúde, 2023

2023

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Cássia Ariane Scherer

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação

2023

Tese apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Doutor em Ciências da Comunicação, especialidade em Estudo dos Media e Jornalismo, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Ivone Ferreira.

[DECLARAÇÕES]

Declaro que esta tese é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O(A) candidato(a),



_____

Lisboa, 27 de março de 2022

Declaro que esta tese se encontra em condições de ser apreciada pelo júri a designar.

A orientadora,

Assinado por: **IVONE MARÍLIA CARINHAS FERREIRA DA SILVA**
Num. de Identificação: 10829930
Data: 2022.03.27 21:01:08+01'00'

CARTÃO DE CIDADÃO

)22

“Aos meus pais

e a todos que persistem!”

AGRADECIMENTOS

Esta tese é resultado da sequência de uma longa jornada de formação na área da Comunicação, que se iniciou em 2008. Inicialmente, optei pela graduação em Comunicação Social e com habilitação em Relações Públicas, na Universidade do Vale do Taquari, no Brasil. Apesar de ter sido uma formação bastante voltada ao mercado de trabalho, nesta altura já apresentei interesse e realizei o trabalho de final de curso sobre mobilizações online relacionadas à mobilidade internacional. Durante este curso, tive a oportunidade de realizar o intercâmbio acadêmico em Portugal em 2012, que por sua vez, foi uma vivência na qual os horizontes ampliaram-se e abriu-se uma quantidade de possibilidades muito grande. Uma delas foi o mestrado na Universidade Nova de Lisboa, desta vez com especialização na área dos Media e Jornalismo. Nesta ocasião, pude ter um contato muito maior com as teorias da comunicação e a dissertação novamente envolveu as mobilizações e teve como título "Mobilização online: um comparativo das Plataformas LXamanhã e Nexthamburg", estudo que aborda como a comunicação através das mobilizações no online, se relacionava com as políticas públicas urbanas, com um estudo de caso de um grupo presente em Portugal e na Alemanha. O mestrado também foi validado pela Universidade de São Paulo (USP). Em 2017, ingressei no doutoramento, novamente na Universidade Nova de Lisboa,

onde segui a mesma linha de pesquisa - os desafios e as aprendizagens foram muitas e mais uma vez diferentes.

Evidentemente, ao longo dessa trajetória tive grandes mestres das mais variadas especialidades, que geraram em mim um interesse multidisciplinar e que incentivaram a busca constante pelo conhecimento. Por isso que o primeiro agradecimento vai para todos os professores que tive na vida e em especial, para a professora Ivone Ferreira, que sempre esteve disponível a ajudar e orientar durante este percurso.

Aos profissionais de marketing e comunicação que me ensinaram e inspiram, nomeadamente na luta contra a Covid-19, na divulgação de movimentos sociais diversos, no relacionamento com os públicos, nos trabalhos estratégicos, nas humanidades digitais, nos media e jornalismo, na comunicação de ciência e saúde e diversas funções e especialidades cada vez mais importantes.

Aos colegas do doutoramento, especialmente os conterrâneos brasileiros, agradeço todo o compartilhamento, desde as angústias às vivências. É desafiador ser um estudante internacional e ter que aprender literalmente tudo de outro país.

Aos membros do grupo Rede Análise que cederam as entrevistas e que possibilitaram o estudo de caso deste grupo. Não esquecendo das demais pessoas que prestaram informações diversas e colaboraram para enriquecer este trabalho.

À parte do meio acadêmico, tenho que mencionar toda a rede de apoio que afortunadamente tive. Aos amigos que estavam no Brasil, agradeço a compreensão pelas ausências e a motivação para seguir em frente, mesmo morando distante por tantos anos, sempre tive a certeza de ter com quem contar. Às minhas queridas amigas, em especial, por ouvirem falar da pesquisa tantas vezes.

Aos amigos portugueses, nunca poderei dimensionar a tão maravilhosa acolhida, tornaram esse caminhar muito mais leve. Às pessoas com que trabalhei nesse período do doutoramento em Lisboa, agradeço a amabilidade, compreensão e todos os ensinamentos.

À família que é a base e as raízes, fonte de valores e incentivo incondicional, aos meus irmãos e especialmente aos meus pais ao qual dedico este trabalho. À Sofia e à Cecília, minhas sobrinhas. A Cecília tem Síndrome de Angelman, que é caracterizada

por distúrbio neurológico, ausência de fala, riso excessivo e atraso psicomotor - é de onde nasce a ideia e motivação pessoal desta tese.

Sem o suporte de todos, nada seria possível e nada disto teria sentido, porque aquilo que vivemos só faz sentido se temos com quem compartilhar.

Muito obrigada!

Do not let the day end without having grown a bit,

without being happy,

without having risen your dreams.

Do not let overcome by disappointment.

Do not let anyone you remove the right to express yourself,

which is almost a duty.

Do not forsake the yearning to make your life something special.

Be sure to believe that words and poetry it can change the world.

(…)

Although the wind blow against the powerful work continues:

You can make a stanza.

Never stop dreaming, because in a dream, man is free.

(…)

Learn from those who can teach you.

The experiences of those who preceded us in our "dead poets", help you walk through life.

Today's society is us "poets alive."

Do not let life pass you live without that.

Walt Whitman

UMA PERSPETIVA SOBRE OS MOVIMENTOS DIGITAIS DE CIDADÃOS NA ÁREA DA SAÚDE

TESE DE DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO DE ESTUDOS DOS MEDIA E JORNALISMO

CÁSSIA ARIANE SCHERER

Resumo

As redes sociais online são o lugar onde as pessoas agem e interagem, permitindo o exercício da cidadania e da atuação dos atores sociais através de uma política de vida mais participativa. Dentro desta perspetiva, esta pesquisa se estrutura em quatro níveis entrecruzados. Inicia-se por uma revisão de literatura que pretende entender a esfera pública e a sua relação com os media, sua conceituação através de Jürgen Habermas e outros autores, além de refletir sobre o agendamento dos media nos tempos atuais. No segundo nível a tese investigará as ações de comunicação para mobilização digital na área da saúde, apresentando teorias e ramos da comunicação que se destacam nesse processo, como a comunicação pública, a comunicação estratégica e o processo da comunicação digital, através das redes sociais online, buscando ainda incorporar o entendimento do que leva os indivíduos a participarem. O terceiro nível é representado pela comunicação em saúde, a sua mediação e a participação, particularmente em relação à Covid-19, sob a ótica de Eiró-Gomes, por exemplo. A Rede Análise é o objeto de estudo desta investigação e como orientação teórico-metodológica, trabalhou-se com a interpretação das formas do

net-ativismo, entrevistas exploratórias e análises de redes sociais digitais. Os resultados da investigação recaem sobre como os cidadãos se tornaram mais ativos e revigoraram a política e a vida em comunidade, permite mapear a presença digital da Rede Análise e releva a importância das literacias científica, mediática e de saúde. Possibilita ainda, abordar a constante reconfiguração da esfera pública, a comunicação em tempos pandêmicos e o poder de ação convertido em políticas públicas através dos movimentos digitais de cidadãos e de Comunidades Online em Saúde.

Palavras-chave: Esfera pública. Comunicação. Mobilizações online em saúde. Cidadania digital. Rede Análise.

Abstract

Online social networks are the place where people act and interact, allowing the exercise of citizenship and the performance of social actors through a more participatory life policy. Within this perspective, this research is structured in four intersecting levels. It begins with a literature review that aims to understand the public sphere and its relationship with the media, its conceptualization through Jürgen Habermas and other authors, in addition to reflecting on the agenda of the media in current times. At the second level, the thesis will investigate communication actions for digital mobilization in the health area, presenting theories and branches of communication that stand out in this process, such as public communication, strategic communication and the process of digital communication, through online social networks, also seeking to incorporate the understanding of what leads individuals to participate. The third level is represented by health communication, its mediation and participation, particularly in relation to Covid-19, from the perspective of Eiró-Gomes, for example. The Rede Análise is the object of study of this investigation and as a theoretical-methodological orientation, it worked with the interpretation of the forms of net-activism, exploratory interviews and analysis of digital social networks. The research results focus on how citizens became more active and reinvigorated politics and community life, it allows mapping the digital presence of Rede Análise and highlights the importance of scientific, media and health literacy. It also makes

it possible to address the constant reconfiguration of the public sphere, communication in pandemic times and the power of action converted into public policies through the digital movements of citizens and Online Communities in Health.

Keywords: Public Sphere. Communication. Online Social mobilizations in health. Digital citizenship. Rede Análise.

Resumen

Las redes sociales en línea son el lugar donde las personas actúan e interactúan, permitiendo el ejercicio de la ciudadanía y la actuación de los actores sociales a través de una política de vida más participativa. Dentro de esta perspectiva, esta investigación se estructura en cuatro niveles que se cruzan. Se inicia con una revisión bibliográfica que pretende comprender la esfera pública y su relación con los medios, su conceptualización a través de Jürgen Habermas y otros autores, además de reflexionar sobre la agenda de los medios en la actualidad. En el segundo nivel, la tesis investigará acciones de comunicación para la movilización digital en el área de la salud, presentando teorías y ramas de la comunicación que se destacan en este proceso, como la comunicación pública, la comunicación estratégica y el proceso de comunicación digital, a través de las redes sociales en línea. , buscando también incorporar la comprensión de lo que lleva a los individuos a participar. El tercer nivel está representado por la comunicación en salud, su mediación y participación, particularmente en relación con el Covid-19, desde la perspectiva de Eiró-Gomes, por ejemplo. El Rede Análise es el objeto de estudio de esta investigación y como orientación teórico-metodológica se trabajó con la interpretación de las formas de netactivismo, entrevistas exploratorias y análisis de redes sociales digitales. Los resultados de la investigación se centran en cómo los ciudadanos se volvieron más activos y revitalizaron la vida política y comunitaria, permiten mapear la presencia digital

de Rede Análise y resaltan la importancia de la alfabetización científica, mediática y en salud. También permite abordar la constante reconfiguración de la esfera pública, la comunicación en tiempos de pandemia y el poder de acción convertido en políticas públicas a través de los movimientos digitales de ciudadanos y Comunidades en Línea en Salud.

Palabras llave: Esfera Pública. Comunicación. Movilizaciones en línea en salud. Ciudadanía Digital. Rede Análise.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.C. – antes de Cristo

AIDS - Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, sigla utilizada no Brasil

BR – Brasil

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Coord. – Coordenação/Coordenador

CSO - Comunidades de Saúde Online

d.C – depois de Cristo

EUA – Estados Unidos da América

Ed. – Edição

Et al. – *Et alia* (e outros)

Etc. – *Et cetera* (e outras coisas mais)

HSMs - (*Health Social Movements*)

Idem – Do mesmo autor

MAG - Movimentos Antiglobalização

Nº - Número

NMS – Novos Movimentos Sociais

OMS – Organização Mundial da Saúde

OMS - Organizações de Movimentos Sociais

ONG – Organização Não-Governamental

ONU - Organização das Nações Unidas

OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde

p. – Página

PT - Portugal

RS – Estado do Rio Grande do Sul - Brasil

SIDA – Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, sigla utilizada em Portugal

SNS – Sistema Nacional de Saúde (Portugal)

SUS – Sistema único de Saúde (Brasil)

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Org. – Organização/Organizador

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

Vol. – Volume

WHO – *World Health Organization*

NOTAS

Tese apresentada de acordo com as Normas de Formatação e Apresentação da Universidade Nova de Lisboa, que em normas gerais, também estão de acordo com as normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). As referências, tabela, figuras e citações seguem as Normas APA - *American Psychology Association* (Associação Americana de Psicologia – tradução livre) – 7ª edição.

A revisão de bibliografia é propositalmente ampla e abrangente.

Foi uma opção expor alguns termos originais, na língua alemã e língua inglesa. Quando exposto na língua original estrangeira, estão grifados em itálico.

Quando constarem palavras e citações em línguas estrangeiras, sempre será acompanhada da tradução da mesma em nota de rodapé, a não ser quando a palavra na língua estrangeira não possua tradução ou exista apropriação pela língua portuguesa. As traduções são livres.

A tese está redigida ao abrigo das normas do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa em vigor. Com ressalva para a utilização de alguns termos como "media" em Portugal versus "mídia" no Brasil, já que os termos têm significados diferentes nestes países. Utilizou-se os dois modos de acordo com a concordância e interpretação das frases.

ÍNDICE

DEDICATÓRIA ……... V

AGRADECIMENTO ……..……...…… VI

RESUMO ……..……. IX

ABSTRACT ……..…....……. XI

RESUMEN ……...……. XIII

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS ……...…… XV

NOTAS ……....……. XVII

INTRODUÇÃO ……...……...……..... 1

Argumento central da tese ……... 3

Problema de pesquisa …….. 5

Objetivos do estudo ……. 5

Questões a serem respondidas / hipóteses ……... 6

Motivação e justificativa do estudo ……. 7

Estrutura e organização da investigação …….. 8

PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO …..…….……..…… 12

CAPÍTULO 1 – ESFERA PÚBLICA E OS MEDIA …….. 13

1.1 – A esfera pública habermasiana …….…..……..... 13

1.2 - A esfera pública ampliada ……... 23

1.3 – Apontamentos em relação ao agendamento social …….…… 30

CAPÍTULO 2 – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS ONLINE ...….. 37

2.1- Teoria do agir comunicativo ……...…….. 37

2.2 - A mediação como condição e a comunicação como comunidade 41

2.3 – A comunicação pública como processo social ……... 49

2.4 – A comunicação estratégica nas mobilizações online …….. 55

2.5 - Redes sociais na internet ……. 62

2.6 - O ativismo na vida cotidiana, engajamento e o sentimento de pertença . 73

CAPÍTULO 3 – COMUNICAÇÃO E SAÚDE ……... 80

3.1 – Breve história da saúde pública …….. 80

3.2 - A comunicação de ciência e a literacia para a saúde ……... 84

3.3 – A importância de uma literacia mediática para a saúde no digital ……. 91

3.4 – Comunicação para a saúde ……..…… 95

3.5 - A saúde mediada ……..…… 104

3.6 - Participação na saúde ……..……. 110

CAPÍTULO 4 – MOBILIZAÇÕES ONLINE …… 115

4.1- Caracterização dos movimentos sociais …….. 115

4.2 - A agenda mediática nas mobilizações online - uma arqueologia em rede …….. 125

4.3 - Mobilizações digitais de cidadãos na área da saúde ……... 136

4.3.1 - Do online para a esfera pública 145

4.3.2 - Grupos de iniciativa cidadã em saúde 147

PARTE II - ESTUDO EMPÍRICO ……..……..……... 150

CAPÍTULO 5 – MÉTODOS E TÉCNICAS ……..…….…… 151

5.1 - Desenho do estudo e meio de investigação - estudo de caso …….. 151

5.2 - Objeto de estudo …….. 155

5.3 - Técnicas e procedimentos para a coleta de dados ……... 156

5.4 - Técnicas e procedimentos para o tratamento de dados ……... 159

5.4.1 - Análise de conteúdo e análise de discurso ……. 159

5.4.2 - Netnografia e Análise de Redes Sociais Online ……... 163

5.5 - Descrição do protocolo de recolha e tratamento de dados …… 165

CAPÍTULO 6 - ANÁLISE DOS DADOS …… 168

6.1 Entrevistas exploratórias …… 168

6.1.1 Guião da entrevista ……... 168

6.1.2 Justificação do desenho do guião com os objetivos da pesquisa 170

6.1.3 Tratamento das entrevistas …… 172

6.1.4 Descrição das entrevistas exploratórias …… 172

6.1.4.1 Entrevista 01 …….. 173

6.1.4.2 Entrevista 02 175

6.1.5 Notas – observação e análise de discurso 177

6.2 O processo de observação do Movimento digital de cidadãos em rede: Rede Análise …… 180

6.3 Retrato netnográfico e análise de conteúdo 184

6.4 Retrato netnográfico e análise de Redes Sociais Online ……... 202

6.5 Inferências do grupo digital Rede Análise 212

6.5.1 Inserção na esfera pública – Media 212

6.5.2 Inserção da esfera pública – Política 218

6.5.3 Reconhecimento 224

6.6 Processo de triangulação dos dados (dados, teóricos, contexto atual) 226

6.6.1 (Re)definindo a esfera pública 226

6.6.2 Mundos e comunidades virtuais 229

6.6.3 Comunicar em tempos pandêmicos 231

6.6.4 *Health mobs* 235

6.7 Relações com base na pergunta de pesquisa e nos objetivos ……..…….. 238

6.8 Conclusões/Resultados …….. 241

6.9 Notas Finais …….....…….……..... 247

CONSIDERAÇÕES FINAIS …….....……..... 249

Contributos inovadores …….....……..……..... 256

Limitações do estudo ……... 257

Recomendações / possibilidades de continuidade 258

Síntese do estudo ……. 259

03 anos de pandemia ……....……..……... 260

REFERÊNCIAS .....……....……..... 262

LISTA DE TABELAS ……..……..……...…..... 286

LISTA DE FIGURAS …… 287

APÊNDICES ……....……..……..…….... 289

APÊNDICE A: Relação histórica da esfera pública com os media ……. 290

APÊNDICE B: Acréscimo ao subcapítulo “3.5 A saúde mediada” - Saúde ficcionada…….. 298

APÊNDICE C: Levantamento de grupos 301

APÊNDICE D: Tratamento das entrevistas …….. 302

APÊNDICE E: Entrevista 01 …….. 315

APÊNDICE F: Entrevista 02 329

APÊNDICE G: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido / TCLE 1 336

APÊNDICE H: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido / TCLE 2 337

APÊNDICE I: Tabela 01 …… 338

ANEXOS …….....…..……...…….……..... 339

ANEXO A: Lista participantes Rede Análise 340

ANEXO B: Figuras *layout* - Plataforma de Comunicação - Rede Análise …. 342

“Porque cada um, independente das habilitações que tenha, ao menos uma vez na vida fez ou disse coisas muito acima da sua natureza e condição, e se a essas pessoas pudéssemos retirar do cotidiano pardo em que vão perdendo os contornos, ou elas a si próprias se retirassem de malhas e prisões, quantas mais maravilhas seriam capazes de obrar, que pedaços de conhecimento profundo poderiam comunicar, porque cada um de nós sabe infinitamente mais do que julga e cada um dos outros infinitamente mais do que neles aceitamos reconhecer.”

José Saramago - A Jangada de Pedra

INTRODUÇÃO

As tecnologias desafiam a própria comunicação, que é constantemente repensada, seja na forma como é mediada, no impacto que o canal tem sobre os conteúdos, na constituição das audiências, na possibilidade dada a novos agentes para se assumirem como emissores com canais próprios de comunicação (Gil & Romero, 2008;[1] Kotler, 2010[2]) e na capacidade para os assuntos discutidos na rede ganharem visibilidade nos media tradicionais, offline, que transformam os assuntos da rede em preocupações que ocupam a esfera pública total. Estas preocupações suscitaram o interesse em identificar novas dinâmicas sociais, padrões inovadores de consumo e utilização dos media, tendo em vista o envolvimento político (de pólis) que aponta para uma extensão e flexibilização do conceito de cidadania, mas também de educação cívica sobre como estar e projetar-se na rede. A inclusão de novas formas de participação, compromisso e novas competências, menos normativas, mais simbólicas e emotivas, com maior ligação aos percursos de vida, aos valores, temáticas e contextos particulares, numa perspetiva que sublinha a articulação entre o envolvimento social e as questões da identidade serão por isso alvo do nosso

[1] Os autores no livro *Crossumer: Claves para entender al consumidor español de nueva generación*, definem *crossumer* através da fusão da palavra *cross* (cruzar) e *consumer* (consumidor), com isso pretendendo enfatizar o caráter ativo do novo consumidor, que ultrapassa a linha de um mero consumidor e torna-se produtor, com análises sobre o conhecimento que este novo perfil tem da linguagem e das práticas de marketing e publicidade. Em Portugal usa-se, geralmente, a designação prossumidor (produtor+consumidor).

[2] No livro *Marketing 3.0. As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano*, o autor trata os consumidores como pessoas complexas e multifacetadas, que estão escolhendo a sua forma de participação e as comunidades em que que participam.

estudo, não descurando os usos que os indivíduos fazem das tecnologias e como este uso impacta - ou pode vir a impactar - a sociedade.

Novas formas de mobilização, novos atores e novos repertórios de ação emergem num contexto de mudança social que tem conduzido a uma reflexão sobre a relação entre participação política, sociedade civil e Estado. Estas reflexões são notadas principalmente em áreas fundamentais como a saúde, sobretudo se considerarmos que no direito à saúde, estão também subentendidos outros direitos, como o da dignidade e o da integridade da vida humana. A partir deste contexto e estando em agenda a ampliação dos contextos de exercício da cidadania, é visível uma (aparente) abertura por parte do Estado para iniciativas que privilegiam a participação pública nas decisões sobre saúde enquanto se observa um dinamismo organizativo crescente por ONGs e por indivíduos da sociedade civil para influenciarem os cidadãos a mudar os seus hábitos em função do bem-estar comum. A participação em saúde mudou de conceituação e passou a ser compreendida como um dever e um direito, e deve ser tratada como prioridade (Crisóstomo et al., 2017).

Normalmente, as organizações veem nos media e nas redes sociais uma possibilidade para projetar o seu trabalho e reivindicar direitos (Ribeiro, 2016)[3]. As redes sociais, ainda que geridas muitas vezes de forma amadora e voluntária, transformaram-se nos melhores expositores destas organizações, permitindo que eles cheguem a um público maior ou a públicos diversos, pelo que a comunicação digital da sociedade civil sobre saúde, enfrenta desafios que podem influir em uma maior adesão do cidadão à informação e à aquisição de maiores níveis de literacia, nomeadamente em saúde.

À semelhança de organizações da sociedade civil na área da saúde, também os cidadãos anónimos unidos na rede, em grupos informais, com preocupações genuínas, movidos por interesses e necessidades privadas, podem utilizar as tecnologias para obter resposta para a doença que afeta a sua família ou comunidade, comunicando com outros cidadãos afetados pelo mesmo problema, que poderão vir a constituir-se como público, mobilizando-se para influenciar os tomadores de decisão a legislarem sobre algo. Contudo, tratando-se de saúde, garantir a qualidade e credibilidade da informação disponibilizada é essencial para a comunidade e as preocupações éticas com a monitorização da informação veiculada é fundamental (Crisóstomo et al., 2017).

[3] A crise da comunicação política: os media, o jornalismo e a assessoria de imprensa como responsáveis pelo divórcio entre cidadãos e política.

Argumento central da tese

Os movimentos sociais, provocados estrategicamente ou nascidos de forma espontânea, tendem a gerar debates sociais no mundo offline, que muitas vezes transformam os assuntos da rede em preocupações que ocupam a esfera pública. A episteme da nossa época revela que estamos *presos* à tecnologia (Virilio, 2000) que somos condicionados ou ampliados por ela, mas temos vindo a descobrir que ela pode dar-nos visibilidade pública (Dahlberg, 2018)[4], a nós, indivíduos que projetam a vida privada na rede (Thompson, 2011) ou a indivíduos que exercem a sua cidadania no digital criando grupos com finalidades estratégicas (Feenberg 2017)[5], ou que encontram outros com os mesmos interesses e com os quais constituem comunidades que podem vir a ganhar visibilidade pública.

O foco da nossa pesquisa será a saúde e, em particular, a compreensão da mobilização cívica online em prol de questões de saúde. Garantir a saúde para todos é um dos objetivos da lista dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável da Agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas). Paralelamente, identificamos uma carência de estudos científicos em comunicação de saúde e entendemos isso como uma oportunidade para a ampliação da pesquisa científica. Entretanto, com a pandemia de Covid-19, o campo passou a ter enorme notoriedade, o que tornou ainda mais premente a necessidade de aumentar a literacia em saúde e de compreender o que acontece nas redes sociais digitais, como se organizam as pessoas e em função de que valores e necessidades, quando o tema é saúde? A participação cidadã na área da saúde, já vem sendo discutida como prioridade a estabelecer em contexto internacional desde 1960, porém foi apenas na conferência de Alma-Ata, em 1978, que a Organização Mundial de Saúde (OMS) veio a considerá-la como preocupação central (WHO, 1978).

A comunicação de saúde é um campo que tem sido tradicionalmente dominado por médicos e agências governamentais, existindo até anos recentes, uma condição ainda

[4] Lincoln Dahlberg, em *Visibility and The Public Sphere: A Normative Conceptualisation* disserta sobre o conceito de visibilidade na esfera pública, através de uma variedade de conotações, bem como a sua relação e implicação com os media.

[5] Feenberg analisa qual é o papel da racionalidade da vida social nos dias atuais, em *Technosystem: The Social Life of Reason*.

limitada para a participação ativa da sociedade civil e pacientes. Nota-se que com a propagação da Covid-19, tendo este tema atingido grande visibilidade, utilizando as redes sociais digitais como meio, os movimentos online tenham emergido como novos agentes de mudança, que são capazes de mobilizar ações coletivas em prol da saúde e bem-estar. Durante o período analisado da Covid-19, os movimentos sociais online têm se revelado importantes para a disseminação de informações precisas e atualizadas sobre a pandemia, sobre a importância de seguir as recomendações das autoridades em saúde, sobre os impactos da pandemia na vida das pessoas - como o aumento de casos de depressão e ansiedade, na conscientização e prevenção da Covid-19 e, por sua vez, na defesa dos direitos dos pacientes, no apoio aos doentes, para suprir demandas emergenciais durante a crise sanitária, bem como também para exercer pressão por políticas públicas mais efetivas de combate ao vírus.

A comunicação é um pilar fundamental neste processo de engajamento e precisa ser analisada sob diferentes perspectivas, por tal razão aqui será relacionado com a comunicação pública, a comunicação estratégica, a comunicação como comunidade, os media e o jornalismo, o agendamento, incluindo o papel da tecnologia na disseminação de informações em tempo real. A comunicação deve levar em consideração também que a colaboração entre diferentes atores sociais mostra-se essencial para a promoção da saúde durante a pandemia. As parcerias entre o setor da saúde, organizações governamentais, organizações não governamentais e a sociedade civil, aqui representada pelo grupo digital analisado, são primordiais para a implementação de políticas públicas.

Neste contexto, esta pesquisa investiga como as mobilizações sociais podem contribuir para a promoção da saúde, além de analisar as estratégias de comunicação utilizadas, neste caso, pela Rede Análise como estudo de caso, para engajar e mobilizar as comunidades virtuais em torno de causas relacionadas à saúde. Procurou ainda, identificar como estes movimentos têm conseguido ganhar luz na esfera pública. Nesta investigação, como mencionado, os resultados encontrados referem-se a um estudo de caso e por isso existe uma limitação, mas a pesquisa procurou saber como os movimentos funcionam, como se organizam e quais são os seus papéis na sociedade. A tese pretende contribuir também para o debate em torno das redes sociais online como ferramenta, o ativismo como prática cidadã, o desenvolvimento de novas abordagens de comunicação e particularmente, de comunicação em saúde, bem como para o aumento da literacia em ciência, medias e saúde.

Problema de pesquisa

Tendo como fundo o cenário recém apresentado, as novas formas de ação a partir do online, numa sociedade pós-moderna e fluida (Bauman, 2007)[6] e de uma temática que diz respeito a todos, surge a pergunta de pesquisa:

Como se organizam e quais as práticas de comunicação, o poder de ação e influência das mobilizações de cidadãos constituídos no digital, sobre a agenda na esfera pública em saúde?

Desta pergunta emergem como objetivos gerais:

a) Identificar as práticas sociais e de comunicação, relacionadas com as mobilizações online em saúde;
b) Refletir sobre o potencial dos *social media* para promoção de ações coletivas de cidadãos em prol da saúde;
c) Compreender como as mobilizações online em saúde podem contribuir para transformar a sua agenda na agenda política pública.

E, como objetivos específicos,

a. Construção de uma ideia mais precisa sobre as mobilizações online de saúde, como se constituem, organizam, comunicam entre elas;
b. Realizar um mapeamento exploratório dos grupos de cidadãos de língua portuguesa existentes nas redes sociais online que permitam o diálogo e a partilha de ideias sobre saúde;

[6] Segundo o autor, uma marca da pós-modernidade, caracteriza-se como um fenómeno resultante da "vontade de liberdade", desta forma, opondo-se à projeção em torno de uma vida social estável, na ordem moderna.

c. Problematizar sobre como a espontaneidade e pouca literacia dos moderadores e elementos de movimentos digitais em saúde podem contribuir para a propagação de notícias falsas (diagnósticos, tratamentos, entre outros) e como uma literacia elevada em saúde pode contribuir para um maior esclarecimento dos cidadãos que usam os grupos das redes sociais digitais como fonte de informação.

d. Averiguar a visibilidade, no offline, de um grupo de cidadãos, constituídos no digital, e qual a sua capacidade para influenciarem as organizações públicas na área da saúde;

e. Elencar e caracterizar as práticas e os canais de comunicação utilizados pela Rede Análise, para comunicarem entre si, com os media e o alcance na esfera pública.

Questões a serem respondidas

A partir dos objetivos surgem algumas questões que se objetiva entender mais detalhadamente nesta pesquisa:

- Quais as diferenças de comunicação e mobilização em relação a temática abordada da saúde, em termos de intervenção cívica?
- E os efeitos sociais e políticos das ações do grupo estudado, na visão dos moderadores do grupo alvo do estudo?
- Que ações concretas partiram do coletivo online em análise?
- Refletir sobre como a mobilização online pode gerar políticas públicas em saúde, contribuindo, de facto, para a melhoria das condições de vida das pessoas.

Motivação e justificativa do estudo

Ao dar sequência às pesquisas e ao articular o tema das mobilizações com as novas tecnologias de comunicação e refletir sobre as práticas de comunicação desenvolvidas nas redes sociais na atualidade, entendendo o cidadão como protagonistas da sua vida, atuando na esfera pública e não apenas como "consumidores" de mídia, essa investigação trará contribuição principalmente para as áreas da Comunicação digital, das Mobilizações Sociais, e da Saúde sob a perspetiva da participação, além da importância de contribuir para a literacia em saúde.

A tese é totalmente original, sendo que foi realizada uma extensa busca por trabalhos similares e não foi encontrado nenhum com o mesmo foco. O material de apoio vai desde livros escritos há um século até o material mais específico de comunicação em saúde, que é bastante recente, especialmente encontrado em artigos científicos. A originalidade é um fator diferenciador que junto com razões pessoais de investigação, tornaram este caminhar algo muito interessante e cheio de pontos de inflexão que permitem outras caminhadas futuras, pois esta tese, realmente é um caminhar, uma peregrinação. Recorrerei a esta analogia ao longo do trabalho.

A ciência permite chamar a atenção para situações que podem ser absolutamente transformadoras na sociedade e afetar individualmente cada um de nós de formas diferentes. A saúde é um bem que adquire cada vez mais relevância, dado que escrevemos esta tese enquanto a sociedade ocidental passa por uma pandemia. Quando a doença e epidemias nos acompanham, como a comunicação e a ciência podem agir? E os cidadãos, como podem mobilizar-se e atuar em sociedade? Como as redes sociais online podem ajudar nesses tempos difíceis, aumentando a literacia em saúde ou simplesmente amparando, servindo de amigo? A pretensão é introduzir e refletir sobre estas questões, sob a ótica das ciências da comunicação, num tempo chamado de *novo normal.*

Estrutura e organização da investigação

Na introdução, faço a argumentação da tese e coloco o problema de pesquisa, bem como a justificativa e a estrutura. A partir disso, *a tese está dividida em duas partes.* A primeira parte é dedicada à revisão bibliográfica e a segunda à parte empírica. A primeira parte contém 4 capítulos e a segunda parte contém 2 capítulos, assim divididos:

No primeiro capítulo, dediquei-me a introduzir conceitos sociais importantes como a esfera pública, sua conceituação e um pouco da sua história relacionado com os media. É abordada a questão da democracia, poder, multidão, conversação e cidadania. O primeiro capítulo refere-se à questão da esfera pública e alguns conceitos associados como opinião pública, democracia e cidadania. Inicia-se o capítulo utilizando como base o livro "Mudança estrutural da esfera pública" do sociólogo alemão Jürgen Habermas. O seu contributo referente a esfera pública será tema de um subcapítulo específico da tese, já que conforme o autor: "A esfera pública continua a ser um princípio de organização do nosso ordenamento político" (2012, p. 73). Habermas também refere às práticas de jornalismo e de relações públicas como novas práticas no exercício da democracia. Na sequência, abordaremos outros autores como Asa Briggs e Peter Burke, Anthony Giddens e Philip Sutton, Gabriel Tarde, João Carlos Correia, Maxwell McCombs. Todos os subcapítulos embasam o cenário, apontando relações com os media, com a questão do agendamento – *agenda setting*, com as mobilizações online e com a saúde. O capítulo, leia-se todos os subcapítulos, são naturalmente uma das componentes para buscar compreender e responder o problema de pesquisa.

No segundo capítulo, de forma consistente, abordo a comunicação em geral, comunicação cidadã, pública, digital e estratégica. Também é apresentada a temática da comunicação regional/local x global. Bem como, as redes sociais online, o ativismo, engajamento e sentimento de pertença. Este capítulo será sobre comunicação, internet e redes sociais. Inicia-se com a Teoria do Agir Comunicativo, de Habermas e segue com a conceituação teórica da comunicação, a partir da comunicação comunitária e a comunicação local x global (por exemplo, Cicília Peruzzo). Dando sequência, também é caracterizada a comunicação pública e no caso específico de um projeto mobilizador, sempre há também algum nível de comunicação estratégica, por isso também é correlacionada esta área de estudo. A comunicação estratégica se utiliza de variadas

práticas de comunicação com a intenção de fazer com que se cumpram os objetivos organizacionais, sejam eles de organizações privadas, públicas ou do terceiro setor (iniciativas privadas de interesse público). Para o presente estudo, importa compreender a forma como a comunicação estratégica é praticada atualmente (Margarida Kunsch; Joep Cornelissen; Paul Argenti) para auxiliar e divulgar o posicionamento da organização – dos grupos locais, especialmente no que diz respeito às redes sociais e ao seu objetivo específico de participação (Nico Carpentier; Ana Melo). Seguindo com o andamento do capítulo, passamos para a parte com referência ao online, observando como as redes sociais se desenvolveram e alteraram os nossos hábitos e, como consequência, ocasionaram mudanças culturais na sociedade, fomentando relações e criação de grupos de pessoas com interesses comuns, a que passou a ser dada a designação de comunidades virtuais. Ainda podemos mencionar alguns autores como: Peter Dahlgren, Manuel Castells, Gustavo Cardoso, Andrew Feenberg, Raquel Recuero, Howard Rheingold. Além da conceituação das redes sociais na internet, finaliza-se este capítulo, falando do ativismo na vida cotidiana e do sentimento de pertença, fundamental para a ação. Os subcapítulos/as secções deste capítulo são outro componente para buscar responder à pergunta de pesquisa.

No terceiro capítulo estive centrada especificamente na comunicação em saúde. Revelando como a saúde é mediada, articulando com a comunicação de ciência, com as *fake news* neste processo e a participação na área da saúde. Este capítulo é sustentado inicialmente por Michel Foucault, que é mencionado no primeiro subcapítulo, no qual é abordada uma breve história da saúde pública, que servirá de contexto e é importante para o desenvolvimento da segunda parte desta tese. Além disso, este autor é citado pela sua crítica à medicina, remetendo para os estudos subjetivos e as relações de poder, especialmente as micro relações de poder, ponto relevante no desenvolvimento da pesquisa. Em sequência, será abordada nesta fase, de forma a complementar, os efeitos sociais da desinformação promovidos por grupos mobilizados e a importância de uma literacia para os media. O capítulo segue discutindo a comunicação de ciência, citando sucintamente a comunicação numa situação de crise e a relação da comunicação com a saúde e de como a saúde aparece nos meios de comunicação. Esta parte, é apoiada em uma série de artigos científicos mais recentes, devido até então esta temática (Comunicação e Saúde), não conter ainda uma bibliografia extensa, embora tenha tido bastante atenção voltada para ela a partir de 2020, após a Covid-19. Neste capítulo, pode-se citar as autoras portuguesas: Mafalda Eiró-Gomes, Teresa Ruão e Rita Espanha; e as brasileiras: Inesita

Araújo e Janine Cardoso. Finaliza-se o capítulo, falando sobre a participação na área da saúde e sobre a comunicação para a saúde.

No quarto capítulo apresenta-se uma contextualização do cenário dos novos movimentos sociais a partir do online. A mobilização que antigamente ocorria normalmente por proximidade local ou de temáticas e intervenção de um líder de opinião ou posicionamento político, hoje assume as mais variadas formas e propósitos, e assim, dá à mobilização social uma nova configuração. A relação dos movimentos com os media também é colocada, já que eles se conectam quando o movimento atinge o nível de interesse público. Na sequência, descrevemos alguns movimentos ao redor do mundo, no qual às mobilizações online trouxeram ao debate público questões das mais diversas, chegando a derrubar presidentes, alterar políticas públicas e reconfigurar questões sociais. Como, por exemplo, a Primavera árabe, e os movimentos que ocorreram em Portugal e na Espanha em 2011. Estas mobilizações criam estruturas de ação social e organização que são também observadas nos movimentos em saúde, daí ser fundamental a sua contextualização. São movimentos que tiveram grande visibilidade e servem de base para o que têm sido visto mais recentemente nas mobilizações específicas na área da saúde, que se multiplicaram nos últimos tempos, inclusive em relação a Covid-19. Os exemplos de movimentos na área da saúde revelam o quão abrangente é esta área e o quanto carece de estudo científico. Alguns autores utilizados neste capítulo são Carla Cerqueira, Ana Isabel Cabo, Ilse Scherer-Warren e Márcio Simeone Henriques. Os subcapítulos/as secções complementam a componente teórica, como um quarto eixo.

O quinto capítulo é dedicado a apresentar detalhadamente as metodologias de pesquisa utilizadas. Interessa também explicá-las e conceituá-las, já que são o caminho seguido para a construção desta pesquisa. Inicia-se pelo estudo de caso, dedicando-se à apresentação e teorização do movimento digital que será estudado, no que diz respeito à sua plataforma de comunicação, atuação, aos projetos desenvolvidos, organização, entre outros. A base para o desenvolvimento desta seção serão as próprias Organizações, a partir de Mintzberg. Em seguida são explicadas as opções metodológicas, tanto para a coleta de dados, como para o tratamento de dados. Os autores que aqui podem ser citados são Gil (2012), Kozinets (2014) e Recuero (2012, 2014, 2015), Gabriel e Kiso (2020). Finaliza-se conceituando brevemente a netnografia e a análise de dados em redes sociais online.

No sexto capítulo analiso as entrevistas, as redes sociais, todos os dados empíricos recolhidos, em busca de ter um dimensionamento e um retrato real na prática da temática escolhida. O caminho continua a ser desenvolvido neste capítulo, que é dedicado à

realização de análises e articulações com a pergunta de pesquisa e objetivos. O capítulo seguirá a seguinte sequência: a) Inicialmente serão tratadas as entrevistas, apresentando o guião e a justificação dos objetivos relacionados com as perguntas de pesquisa. Também foi feita uma grelha que relaciona as perguntas de pesquisa com as respostas dos dois entrevistados, disponível no Apêndice D; b) uma breve descrição das entrevistas aos dois coordenadores da Rede Análise - as entrevistas completas estarão nos Apêndices E e F; c) o capítulo irá continuar com notas sobre a observação e análise de discurso das entrevistas; d) análise de conteúdo de *posts* em redes sociais online; d) análise do levantamento de dados pelo NodeXL; e) posteriormente, dois pontos referentes à esfera pública serão apreciados, em relação aos media e a política; g) Superpõe-se o processo de triangulação dos dados (dados, referencial teórico e contexto atual), evidenciando as relações com base na pergunta de pesquisa e nos objetivos; para por fim, chegar a uma análise mais profunda do poder da comunicação, nas mobilizações e na esfera pública em saúde; h) o capítulo é finalizado com os resultados e as notas finais.

Nas considerações finais retomo todos os temas citados, que por sua vez tem um fio condutor muito claro no objetivo de levantar questões e buscar através de diversa bibliografia e exemplos, sugestionar e fazer um fechamento do caminho percorrido e resposta dos objetivos.

PARTE I

REFERENCIAL TEÓRICO

CAPÍTULO 1 - ESFERA PÚBLICA E OS MEDIA

> Não é uma decisão política, mas uma exigência constitucional manter uma estrutura de mídia que possibilite o caráter inclusivo do público e um caráter deliberativo da opinião pública e da tomada de decisão (Habermas, 2022, online, tradução livre).[7]

1.1 A esfera pública habermasiana

Para Jürgen Habermas, "público" assume diferentes significados em diferentes contextos. Certos eventos são "públicos" no sentido de estarem em situação oposta às sociedades fechadas, são públicos porque são acessíveis a qualquer pessoa – da mesma forma que falamos de locais ou lugares públicos. Entretanto, quando nos referimos aos prédios públicos, já temos outro significado. Os prédios nem precisam estar abertos para serem frequentados pelas pessoas, eles são públicos porque abrigam instituições do Estado, e por isso são públicos, já que o Estado é o poder público. Possui este nome porque tem a tarefa e o dever de promover o bem de todos os cidadãos, ou seja, o bem público. Contudo o emprego mais frequente da palavra público ainda nem foi mencionado, público no

[7] No original: *Es ist keine politische Richtungsentscheidung, sondern ein verfassungsrechtliches Gebot, eine Medienstruktur aufrechtzuerhalten, die den inklusiven Charakter der Öffentlichkeit und einen deliberativen Charakter der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung ermöglicht* (Habermas, 2022).

sentido de opinião pública, de uma esfera pública bem-informada, revoltada e indignada. Neste cenário, a "publicidade" (*Publizität*) exerce uma função crítica, como no caso do caráter público dos debates judiciais. Contudo, a função da publicidade, certamente foi bastante alterada com a chegada dos media. Tendo anteriormente uma função de opinião pública, agora também acabou por se tornar uma característica de quem desperta a opinião pública, através das *public relations,*[8] nome atribuído aos "relacionamentos com o público" e que têm por objetivo produzir tal *publicity*[9] (Habermas, 2003).

> Na cidade-estado grega desenvolvida, a esfera da *pólis* que é comum aos cidadãos livres *(koiné*) é rigorosamente separada da esfera do *oikos*, que é particular a cada indivíduo (*idia*). A vida pública, *bios politikos*, não é, no entanto, restrita a um local: o caráter público constitui-se na conversação (*lexis*), que também pode assumir a forma de conselho e de tribunal, bem como a práxis comunitária (*praxis*) (Habermas, 2003, p. 15).

Em relação ao que é privado:

> Em alemão, só após a metade do século XVI é que também se encontra, então, a palavra "*privat*" emprestada do latim *privatus*, e isso no sentido que, naquela época, também assumiram em inglês "*private*" e em francês "*privé*". *Privat* significa estar excluído, privado do aparelho do Estado, pois "público" refere-se entrementes ao Estado formado com o Absolutismo e que se objetiva perante a pessoa do soberano. *Das Publikum*, *the public*, *le public* é, em antítese ao "sistema privado", o "poder público" (Habermas, 2003, p. 24).

A esfera pública burguesa podia ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas, reunidas em um público; é através da autoridade, que elas reivindicavam participar desta esfera pública, com o objetivo de discutir as leis gerais de trocas, de

[8] Relações públicas, tradução livre.

[9] Publicidade, tradução livre.

intercâmbio de mercadorias e do trabalho social na esfera privada, mas que era algo relevante a nível público (Habermas, 2003).

A teoria da esfera pública de Habermas se inicia com as discussões públicas nos salões, entretanto essa também será a principal crítica da sua obra, condiz justamente com o facto de que os debates nos salões eram restritos à burguesia e, portanto, não condiziam com uma esfera pública plena e realmente representativa. Para entender de forma mais profunda, só o facto de ser pobre e não possuir escravos já excluía o indivíduo de poder participar da política. Além do mais, o príncipe, impunha o poder, ocupando um lugar de dominação, representando o poder para o povo e não pelo povo, logo, em seu favor. Inclusive toda a representatividade pública até então era vinculada à nobreza, a gestos nobres, roupas nobres, retórica estilizada, hábitos, emblemas, armas etc. Sendo os postos máximos da representação, ocupados pelo Vaticano em Roma, Academia Francesa, Parlamento inglês e Estado-Maior prussiano. Com o Humanismo, no século XVI, a vida na corte começa a ser reestruturada, inicialmente com a figura do *cortegiano,*[10] que depois aparecerá na Inglaterra como o *gentleman*[11] e no território francês, o *honnête homme.*[12] Sua característica alegre e cortês vem para indicar uma nova sociedade e sobretudo uma nova forma de sociabilidade, que será historicamente importante (Habermas, 2003).

Os salões e as suas festas, não serviam sempre para a felicidade dos participantes, mas sim para mostrar a grandeza dos organizadores, conforme relatos de Mademoiselle de Scudéry[13]. A partir de Versalhes, especificamente quando Luís XIV, transforma o seu quarto num palco com a cama exposta, sendo separado dos espectadores apenas por uma barreira e promovendo diariamente cerimónias, o rei faz do privado uma exposição pública. Nos tempos de hoje, algo muito estudado em relação aos *influencers* digitais, que fazem igualmente a exposição de toda vida privada: tudo o que comem, vestem e fazem nas redes sociais online. Algumas questões e elementos modificam-se e mudam de posição no sentido público x privado, conforme o passar do tempo. Por exemplo, depois da Reforma, a religião/religiosidade passou a ser algo privado. Enquanto o nobre quanto mais

[10] Cortesão, tradução livre do original em italiano.

[11] Cavalheiro, tradução livre do original em inglês.

[12] Homem honesto, tradução livre do original em francês.

[13] Ela foi uma escritora francesa que tinha um estilo literário conhecido como preciosismo, também conduziu um importante salão literário no século XVI, na França. Era conhecida pelo pseudónimo de George.

se expõe e mostra à sociedade seus altos atributos privados (talento, riqueza e assim por diante), torna-se numa personalidade pública. Essas mudanças ocorreram em vários cenários da vida, inclusive na economia (Habermas, 2003).

> A atividade econômica privatizada precisa orientar-se por um intercâmbio mercantil mais amplo, induzido e controlado publicamente; as condições econômicas, sob as quais elas ocorrem agora, estão fora dos limites da própria casa; são, pela primeira vez, de interesse geral. É nesta esfera privada da sociedade que se tornou publicamente relevante o que Hannah Arendt pensa quando ela caracteriza, em contraposição à sociedade antiga, a relação moderna entre esfera pública e esfera privada mediante a formação do "social". A sociedade é a forma de vida conjunta em que a independência do ser humano em relação a seu semelhante ocorre em função da própria sobrevivência e não, de outro modo, de um significado público onde, em decorrência disso, as atividades que afinal servem para a manutenção da vida não só aparecem publicamente, mas podem inclusive determinar a fisionomia do espaço público (Habermas, 2003, p. 33).

Uma das marcas desta determinação do que acontece no espaço público, é o que corresponde à censura de informações. O filtro era feito pelos grandes comerciantes e pelas administrações, ou seja, ficavam restritos às informações menos importantes destas atividades. Atuando desta maneira e não em relação à troca de informação no sentido de informar o povo, as próprias informações passam a se tornar mercadorias, sendo esta outra mudança que trouxe muitas consequências. Na mesma direção, a história da palavra "público" também denota essas alterações sociais. O bibliotecário Johann Adelung (1732-1806) vai diferenciar o público-leitor do público que se reúne como multidão em atos públicos, mas coloca entre eles um denominador comum que é o ato de julgar, estabelecido pelas duas formas de público. O que é julgado pelo público recebe publicidade. A crítica se mostra como opinião pública (*öffentliche Meinung,* no original em alemão) (Habermas, 2003).

Neste panorama, se revela o que ficou conhecido como esfera pública literária. O raciocínio público seria uma arte derivada da burguesia de classe média culta e do "mundo elegante" da corte, mas o Estado cada vez mais se distanciava dessa realidade e se

autonomizava em relação à corte. A cidade passa a ser o centro cultural, econômico e político e caracteriza esta primeira esfera pública literária, que se desvenda nas comunidades de comensais[14], nos *salons e* nos *coffee-houses.* Deste modo, as pessoas em contato com intelectuais burgueses, logo transformaram as suas conversações em crítica aberta, definindo essa esfera pública burguesa. No século XVIII, na França, os *auditeurs*, *lecteurs* e *spectateurs*,[15] eram considerados críticos de literatura e arte. Em um primeiro momento através da corte e depois de uma burguesia urbana, que frequentavam os teatros de Paris. Processo que culmina quando Filipe D'Orléans torna-se regente e transfere a residência real de Versalhes para Paris, fazendo com que a corte perdesse a sua posição de esfera pública. A sociedade migra para os cafés, há o início de uma política tal qual a conhecemos hoje. Rompe uma política do segredo, tendo como um exemplo claro, a maçonaria (Habermas, 2003).

O público oriundo dos concertos, mais do que com o novo público de leitores e espectadores, define uma reestruturação do público, de tal maneira que faz com que o público apareça enquanto tal. O público se emancipou. Passa então a estar reunido através da imprensa que se torna a sua instância mediadora. Formam uma esfera pública de argumentação literária em que a subjetividade brota da privacidade familiar, comunicando consigo mesma para se entender. Não é sem razão que o século XVIII se tornou o século das cartas, pois era escrevendo cartas que os indivíduos podiam desenvolver a sua subjetividade (Habermas, 2003).

A esfera pública literária que já tinha um público conhecedor das instituições e das plataformas de discussão, passa por um processo no qual o público constituído de indivíduos conscientizados, transforma a esfera pública até então controlada pelas autoridades, numa esfera onde a crítica se exerce contra o poder do Estado, ocorrendo uma refuncionalização (*Umfunktionierung*)[16] da esfera pública. A partir dela, passam a se tornar conhecidas através dos media, uma série de experiências da vida privada que interessa ao público, constituindo uma esfera pública política. A economia de trocas, é um exemplo, da representação dos interesses e de um conjunto de ideias de uma esfera privatizada, que

[14] Pessoa que come habitualmente com outros em mesa comum de hotel, casa de pasto etc. "comensais".

[15] Ouvintes, leitores e telespectadores, tradução livre.

[16] No original, em alemão.

nascem dentro do círculo da pequena-família, que é para Habermas, o local genuíno da "humanidade" (Habermas, 2013).

> Com o surgimento de uma esfera do social, cuja regulamentação a opinião pública disputa com o poder público, o tema deslocou-se das tarefas propriamente políticas de uma comunidade de cidadãos agindo em conjunto (jurisdição no plano interno, auto-afirmação perante o plano externo) para as tarefas mais propriamente civis de uma sociedade que debate publicamente (para garantir a troca de mercadorias) (Habermas, 2003, p. 68).

Foi na Inglaterra, no início do século XVIII, que se viu uma esfera pública a funcionar politicamente. Pessoas, partidos, forças em geral, que quisessem ter influência nas decisões do poder do Estado passaram a utilizar o público como fonte de legitimação de suas reivindicações. É neste contexto, que a então assembleia dos estados transforma-se no parlamento, surgindo a Casa dos Comuns[17]. O Parlamento até então absoluto tem que começar a ceder sua soberania. Nesta altura, não é mencionado um s*ense of the people*,[18] nem uma simples opinião, uma *common opinion*, mas sim é revelada a *public opinion.* Constituída a base de discussões públicas, quando o público através da informação, tinha aptidão para formular uma opinião com bons fundamentos. A esfera pública aparece no & 11 da *Déclarations des Droits de l'Homme et du Citoyen*,[19] datada de 26 de Agosto de 1789, com a menção: "A livre comunicação de ideias e opiniões é um dos mais preciosos direitos do ser humano. Por isso, cada um pode falar, escrever e imprimir livremente, resguardando-se a responsabilidade quanto ao mau uso dessa liberdade nos casos previstos por lei" (Habermas, 2003).

A esfera pública atuando de forma política como órgão do Estado, não tarda a receber pelo Estado de Direito, leis para a normatizar. Essas novas constituições (escritas e

---

[17] Câmara dos Comuns do Reino Unido (Em inglês, *House of Commons of the United Kingdom*) corresponde a câmara baixa do Parlamento do Reino Unido, que é composta por cerca de 650 membros chamados de *Members of Parliament* (Em português, Membros do Parlamento), estes exercem a posição equivalente de um deputado.

[18] Sentido das pessoas, tradução livre.

[19] Declarações dos Direitos dos Homem e do Cidadão, tradução livre do original em francês.

não-escritas), fazem referência aos cidadãos, a partir de que eles estabelecem na esfera pública o seu modo principal de organização. Contudo a esfera pública nasce com o princípio do acesso a todos, mas encontra contradições, pois se certos grupos são excluídos, a esfera pública não seria completa. Ela assim o seria, se fossem asseguradas condições sociais e económicas, ou seja, a mesma oportunidade para todos possuírem acesso a participação. Outra questão seria que determinados interesses de classes, intermediados pelo debate público, por vezes poderiam apenas aparentar ter um caráter universal. Mill e Tocqueville[20], falaram de uma opinião pública fragmentada, em que a opinião pública torna-se uma representação da opinião pública dominante em cada momento, o que seria um poder coercitivo. Mill entende que só a diversidade de opiniões levará ao entendimento humano e garantir a expressão de todos os lados, torna o processo honesto. Entretanto, em suma, todas as ações da política, deveriam agora ter em conta e se adequarem à intenção do público e a sua felicidade, já que seria próprio da política, tornar o público satisfeito com a sua situação (Habermas, 2003).

Em um capitalismo que vai se organizando aos poucos, sucedendo cem anos do período do liberalismo, os contornos da esfera pública burguesa, ou seja, a sua relação originária entre esfera pública e esfera privada desfazem-se. Contudo, nem o modelo liberal e nem o modelo socialista, conseguem adequar o que seria uma dimensão pública e assim, esta, acaba por caminhar entre os dois modelos. Moldando-se em uma esfera pública representativa, com um governo representativo (pelo menos, em teoria). Por conseguinte, a intervenção do Estado na esfera social fará com que competências públicas passem para a esfera privada. As camadas mais pobres, com a possibilidade de participação política, principalmente através de sindicatos e dos partidos socialistas, começam a ter o intuito de influir na legislação e buscar igualdade econômica. O Estado possui novas funções principalmente de estruturação, para além das já tradicionais desempenhadas pela polícia, justiça e política de impostos (Habermas, 2003).

Enquanto o trabalho torna-se mais público, a família torna-se mais privada, até mesmo assistir televisão juntos, ou ouvir rádio se concretizou em uma característica da

[20] Alexis de Tocqueville e John Stuart Mill espelham as duas maiores correntes do pensamento liberal europeu: a francesa e a inglesa. A análise de Tocqueville é associada sobretudo à natureza da democracia, nela o processo democrático é um processo ininterrupto e o que definirá um governo democrático como tirano ou liberal é a ação política do povo. Mill concebe uma relação próxima entre pensamento liberal e as ideias democráticas, tendo como mais inovador a ideia de sistema eleitoral proporcional que garantiria a representação das minorias e o voto plural em que os diferentes setores decidem os rumos democráticos.

privacidade de um público, a comunicação do público que pensava a cultura, fica bastante voltada para a vida em suas casas. Os agora consumidores de cultura e lazer, conjugam uma relação ao qual não precisava haver extensão em discussões. A cultura de massas recebe então o seu nome, por aceitar as distrações de consumo desses grupos, com nível de formação relativamente baixo, exercendo uma atividade que exerce justo o contrário de informar e formar. David Riesman[21] afirmou que o futuro de cada criança seria a de um consumidor formado. Enquanto ter proximidade com a cultura estimula o espírito, o consumo das culturas de massas provoca uma experiência que faz regredir. Nessa sociedade, naquela época, já pouca gente lia e se observava assim um progressivo declínio da esfera pública literária. As notícias políticas eram menos lidas, dando espaço para as notícias imediatas, como esportes, eventos etc. Um consumo de estímulos que levaria mais a distração do que para o uso público da razão (Habermas, 2003).

> A "cultura" difundida através dos meios de comunicação de massa é particularmente uma cultura de integração: ela integra não só informação e raciocínio, as formas publicitárias como as formas literárias da beletrística[22] psicológica para uma ocupação e "ajuda de vida" determinada pelo *human interest*; ela é suficientemente elástica para também assimilar, ao mesmo tempo, elementos da propaganda, até mesmo para servir como uma espécie de super-slogan que, caso ainda não existisse, poderia ter sido simplesmente inventado para fins de *public relations* do *status quo*[23] (Habermas, 2003, p. 207).

O público agora é mediatizado e a esfera pública ampliada. **"**A refuncionalização do princípio da esfera pública baseia-se numa reestruturação da esfera pública enquanto uma esfera que pode ser apreendida na evolução de sua instituição por excelência: a imprensa" (Habermas, 2003, p. 213). Inicialmente a atividade da imprensa era reduzida essencialmente à organização da circulação das notícias e à verificação dessas mesmas notícias. Posteriormente, já numa outra fase econômica e em um novo momento político,

[21] Sua obra diz respeito à análise das atuais sociedades urbanas.

[22] Obras que constituem uma literatura amena, como romances, poesia, etc.

[23] Uso recorrente da expressão em discursos politizados para manter uma situação da maneira como está ou para incitar uma mudança. "Estado das coisas", em uma tradução livre.

no sentido mais amplo, a imprensa de informação evoluiu para uma imprensa de opinião e o jornalismo literário passou a concorrer com a mera redação de avisos. Se antigamente a imprensa só podia intermediar e reforçar o mesmo raciocínio das pessoas privadas reunidas em um público, agora, pelo contrário, este passa a ser concebido primeiro através dos meios de comunicação de massa (Habermas, 2003).

Em 1789, os principais políticos tinham os seus próprios clubes e jornais. De fevereiro a maio daquele ano, surgiram em Paris mais de 200 jornais e 450 clubes. O surgimento de um jornal significava envolvimento na luta em torno do espaço público, mas depois o jornal acaba por ceder aos interesses capitalistas. A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX mostrou que a imprensa se torna manipulável à medida que se comercializa. Já com o surgimento da rádio e da televisão, o poder jornalístico-publicitário pareceu já tão ameaçador que, em alguns países, ficaram sob "controle" do Estado. A Reuters Ltda e a Agência France Press, por exemplo, foram estruturadas como públicas e semi públicas para serem "protegidas" do sistema capitalista, ou seja, para evitar que as notícias pudessem ser totalmente falsas, indo apenas ao encontro de interesses econômicos. A publicidade comercial, que foi primeiro chamado de "reclame" na França, era um fenômeno no capitalismo avançado, mas nos seus primórdios era razão de repulsa e considerada indecente. O anúncio econômico começa a ter consciência do seu caráter político com as práticas de Relações Públicas. O seu início é atribuído a Ivy Lee[24] que desenvolveu as "*publicity techniques on a policy-making level*"[25] com a intenção de justificar os negócios de empresas que estavam sendo ameaçadas por reformas sociais. Desde então, nos países mais desenvolvidos, as relações públicas assumem o domínio sobre a esfera pública. Enquanto que, na publicidade, os reclames são voltados para o consumidor, os comunicados das relações públicas são para a opinião pública, ou seja, para as pessoas privadas enquanto público. O que dá um grau de legitimidade aos interesses privados organizados, já que estes sugerem aos seus clientes, ao tomar alguma decisão de consumo, que tenham consciência como cidadãos (Habermas, 2003).

Se os relações públicas não conseguem colocar materiais diretamente nos meios de comunicação, eles criam pretextos para estar na esfera pública e assim mobilizarem os

[24] Ivy Ledbetter Lee foi um jornalista e relações-públicas (EUA). É considerado o fundador das relações públicas modernas.

[25] Técnicas de publicidade em um nível de formulação de políticas, tradução livre.

media, seja *making or creating news* (ver relação histórica da esfera pública com os media - Apêndice A). Tornou-se comum o emprego do termo "trabalhar a esfera pública" (*Deffentlichkeitsarbeit*).[26] A esfera pública que antigamente era colocada e se praticava através de representantes e era assegurada pela tradição, agora precisaria ser construída, mobilizando um potencial de predisposição à concordância de algum tema (Habermas, 2003).

> O grau de caráter público de uma opinião pode ser medido pelo seguinte: até que ponto esta provém da esfera pública interna à organização de um público constituído por associados e até que ponto a esfera pública interna à organização se comunica com uma esfera pública externa que se constitui no intercâmbio jornalístico-publicitário através dos media e entre organizações sociais e instituições estatais **(**Habermas, 2003, p. 288).

E, desta maneira, "perante a esfera pública ampliada, os próprios debates são estilizados num show. A 'publicidade' perde a sua função crítica em favor da função demonstrativa: mesmo os argumentos são pervertidos em símbolos" (Habermas, 2003, p. 241). E consequentemente, a opinião pública passa a ser estudada no campo da Psicologia Social. O conceito que a teoria do Estado tinha imposto em relação à opinião pública, estava desfeito. A opinião pública seria analisada primeiramente de forma aprofundada por Gabriel Tarde como "opinião de massa", deixando de fazer parte do contexto funcional das instituições políticas e passando a ser considerada como produto de um processo de comunicação intrínseco às massas, que não está diretamente ligado nem à dominação política e nem ao princípio do uso público da razão. Desta maneira, o atributo de "ser público" só poderia ser conquistado por uma opinião através de sua relação com processos grupais. No lugar de um público de pessoas privadas que interagem, surgiria um público de pessoas privadas organizadas e estas podiam, através da publicidade, conduzir a uma ação efetiva para conectar as associações e o Estado e elas entre si, em um processo de comunicação pública (Habermas, 2003).

[26] No original, em alemão.

1.2 - *A esfera pública ampliada*

Anthony Giddens e Philip Sutton (2017) conceituam a esfera pública como uma "arena da discussão e do debate público nas sociedades modernas, podendo ser espaços formais e informais" (p. 218)." Eles defendem que, em Habermas, a esfera pública é entendida igualmente como uma arena para o debate público, e nela, os assuntos de interesse geral de uma sociedade podem ser discutidos permitindo a formação de opiniões, efetivando a participação democrática. Com a disseminação dos media de massa e do entretenimento de massa, a esfera pública sofre consequências e, na visão de Habermas, faz com que a esfera pública definhe. A "opinião pública" não seria então, formada por discussões racionais e abertas, mas sim por intermédio da manipulação e do controle dos media. O resultado seria que o entretenimento venceria a polêmica e o debate, enfraquecendo a participação do cidadão nas questões públicas e consequentemente, enfraquecendo a própria esfera pública. Giddens e Sutton consideram que as ideias de Habermas sofreram críticas significativas. Em primeiro lugar, porque a cultura do salão que ele defendia como uma arena do debate civilizado e racional, era totalmente restrita às classes sociais mais elevadas e estava fora do alcance da classe trabalhadora, algo que tinha pouco a ver com as necessidades da participação democrática massiva e não passava de um passatempo considerado elitista, pois os grupos sociais, como as mulheres (que tinham a participação vetada), as minorias étnicas e as pessoas sem posses, eram excluídas do contexto de uma esfera pública. A ideia de Habermas de que os media de massa destroem a esfera pública também foi considerada equivocada, porque os media podem, na verdade, facilitar ainda mais os debates públicos. A internet viria a ser o exemplo mais flagrante desta visão, o espaço em que a esfera pública poderia vir a ampliar-se (Giddens & Sutton, 2017).

Ana Isabel Cabo parecer partilhar do ponto de vista destes autores ao afirmar que

> É no público que se projetam as experiências privadas de problemas sociais que tenham ressonância na vida individual. Neste contexto, os meios de comunicação social assumem uma importância fundamental: são eles que vão divulgar os conteúdos das diversas esferas públicas ao público e são eles também que, num movimento inverso, vão facultar o acesso do público àquelas esferas (2008, p. 64).

Uma das ambições inerentes à ideologia e à ética dos media é conseguir uma interação perfeita com os seus públicos, reassumindo uma espécie de padrão de uma comunidade ideal, onde todos teriam poder de fala e um acesso transparente ao poder simbólico. Assim, Correia (1998) define "público", como forma de agrupamento que se origina em função de uma questão de interesse comum. Ou seja, é uma forma de sociabilidade onde devem existir maiores possibilidades de os seus membros interagirem. Blumer refere explicitamente a escassez de interação como uma das características da massa: "(…) existe pouca interação ou troca de experiência entre os membros da massa (…) a massa não tem oportunidade de se misturar ou interagir à maneira da multidão. Ao contrário os indivíduos estão separados uns dos outros e não se conhecem entre si." (Correia, 1998, p. 140).

O discurso de Habermas, que se funda com a justificação das normas em um acordo racional dos sujeitos, revela o direito a cada participante de dizer sim ou não aos argumentos que forem apresentados numa esfera pública. Para Habermas, a autonomia e a consciência participativa, se refletem em todas as esferas da vida. Nesse sentido, não nos parece excessivo concluir que uma sociedade onde predominam as relações autoritárias, de dominação ou de alienação, ou seja, onde os modelos de interação vejam a sua componente comunicacional consideravelmente reduzida, é uma sociedade onde a constituição de públicos é mais dificultada (Correia, 1998).

> O discurso da razão prática tenta desenhar as condições de exercício da interação social, identificando um elemento de solidariedade que complementa o da equidade, e que sem se confundir com o isolacionismo etnocêntrico, postula uma ideia de abertura geral na formação discursiva da vontade. Esta noção remete, pois, para o problema da participação política. É possível reencontrar nessa teoria uma fundamentação ético-política que permite superar o atomismo individualista das aproximações liberais e o coletivismo das diversas abordagens comunitaristas (Correia, 1998, p. 146).

À vista disso, Manuel Castells (2013), discorre que esse processo que envolve a legitimação, é resultado em grande parte da construção de significados compartilhados, como crer na democracia representativa, ou seja, o significado é construído pela ação comunicativa na sociedade. Para Castells, o espaço público deve ser um espaço de interação social importante em que os valores e as ideias, nascem, desenvolvem-se, transformam-se, sustentam-se, um espaço que serve de aprendizagem para agir e reagir.

A ação é uma componente muito forte dos estudos de outra teórica importante que fala sobre a esfera pública, que é a alemã Hannah Arendt[27]. Para ela, a esfera pública deve ser vista com uma expressão da liberdade, igualdade e pluralidade humana. Se tornou uma das estudiosas mais influentes do século passado por ter desenvolvido a ideia de pluralismo político, uma das condições básicas nas democracias. Este conceito defende a relevância de existir liberdade e igualdade política, respeito às diferenças e tolerância para que se possa exercer uma discussão política livre. E liberdade política é sinônimo de ação. A humanidade só é livre quando, em conjunto, agir e decidir o seu futuro em comum. O espaço público deve ser preservado, pois essa é a forma de garantir as práticas e a manutenção da cidadania.[28] O mundo é constituído por pessoas iguais, porém distintas, o que permite o diálogo construtivo. As pessoas devem fugir da tendência de apenas se preocuparem com as suas coisas particulares, pois o poder é oriundo de uma iniciativa

---

[27] Frases conhecidas de Hannah Arendt, que exprimem seu pensamento:

1. "O revolucionário mais radical se torna um conservador no dia seguinte à revolução."

2. "A essência dos Direitos Humanos é o direito a ter direitos."

3. "Poder e violência são opostos; onde um domina absolutamente, o outro está ausente."

[28] Em seu livro mais conhecido, *A condição humana*, a autora discute porque os regimes totalitários se fortalecem. O totalitarismo seria alimentado pelo vazio político, é na ação e não na contemplação (da tradição platônica) que se combate este sistema e apresenta três atividades humanas vitais: o trabalho, a obra, e a ação.

coletiva, que se opõe a violência, fazendo surgir um espaço público. Ser político significaria a valorização do discurso em detrimento da violência. Arendt possui um pensamento voltado para uma ideia de que os indivíduos sejam capazes de compartilhar um mundo comum se colocando no lugar do outro, transcendendo a limites individuais (embora seja ainda uma utopia) (Arendt, 2016).

Gabriel Tarde, em *A opinião e as massas* convoca alguns conceitos interessantes que permeiam a esfera pública e que podem ser úteis na nossa pesquisa. Em Tarde, a opinião pública e o público não são vistos como conceitos políticos, são principalmente conceitos psicossociológicos. Conforme Dominique Reynié[29], Tarde é o primeiro a teorizar esta relação social de massa, a qual dá o nome de público.

A visão tardeana compreende que,

> não é em reuniões de homens nas ruas ou na praça pública que têm origem e se desenvolvem esses rios sociais, esses grandes arrebatamentos que hoje tomam de assalto os corações mais firmes, as razões mais resistentes e fazem os parlamentos ou os governos lhe consagrarem leis ou decretos. (...) os homens que assim se empolgam, que se sugestionam mutuamente, ou melhor, que transmitem uns aos outros a sugestão vinda de cima, estes homens não se tocam, não se veem nem se ouvem: estão sentados cada um em sua casa, lendo o mesmo jornal e dispersos num vasto território. (...) Qual é, pois, o vínculo que existe entre eles? Esse vínculo é, juntamente com a simultaneidade de sua convicção ou de sua paixão, a consciência que cada um deles possui de que essa ideia ou essa vontade é partilhada no mesmo momento por um grande número de outros homens (Tarde, 2005, pág. 6).

É evidente que, para essa “relação à distância" dos indivíduos que fazem parte de um mesmo grupo aconteça, é necessário que eles tenham exercido por algum tempo uma vida social em comum, partilhando vivências, hábitos e costumes, o que seria a “sugestão por proximidade”. Se, contudo, o indivíduo é atingido por esse invisível contágio do público ao qual convivemos, automaticamente e intuitivamente se coloca a justificar o

[29] Dominique Reynié é especialista em movimentos eleitorais na França e na Europa, estuda as transformações da opinião pública, do poder político, bem como suas manifestações.

facto pela necessidade de se atualizar. Esse princípio da atualidade, progride com a sociabilidade e é uma das características mais visíveis da vida civilizada.

Tarde articula que a formação do público é decorrente de uma evolução social e mental que ocorre de uma maneira muito mais profunda do que a formação de uma multidão. Essa distinção que o autor faz entre público e multidão é significante, já que considera que na Idade Média não havia um público, mas peregrinações, feiras e outros encontros movidos por diferentes razões (havia multidões). Só começa a existir público a partir do desenvolvimento da imprensa (século XVI), pois é ela que permitirá que as pessoas *pensem à distância*. É possível pertencer a muitos públicos de uma só vez, várias associações e círculos, mas só é possível pertencer a uma multidão por vez. Para Tarde, essa divisão em públicos é totalmente psicológica e é condizente com estados de espírito diferentes, somando vários aspetos da vida, como a religião, corporações, política, escolas e outros, em que nenhum público substitui o outro. Os públicos vão aumentando, enquanto as multidões diminuindo em importância. A maior parte das pessoas que antigamente estavam ansiosas por sair e ouvir algum discurso, tal como, em alguma universidade, passa a contentar-se com ficar em casa e ler no jornal. Como diz Tarde, a imprensa dá vida e mobiliza a tudo que toca. Se antes as populações eram convertidas através da oratória, as *conversões* posteriores passam a ser realizadas pelos jornalistas (Tarde, 2005). Pelo que é interessante refletir sobre a manutenção desse poder por parte do jornalismo/jornalistas.

Em relação às multidões, Tarde defende que as multidões políticas tinham certas características, como passar da raiva para o louvor, de um acesso de ódio a um excesso de amor, com muita facilidade. Já as multidões rurais eram mais coerentes nos seus propósitos. Também os públicos quando chegam a um determinado nível de entusiasmo, acabam virando multidão através de manifestações, além de exercerem influência sobre aquilo o que os colocou em movimento. Existem muitas multidões, multidões de amor e de ódio, de festas, patrióticas, de luto etc. e seus efeitos perduram sob as pessoas, positiva ou negativamente. Entretanto, é um facto que as multidões ajudam ao desenvolvimento da sociabilidade e são estimulantes, "a vida coletiva intensa é, para o cérebro, um terrível álcool", comenta o autor (Tarde, 2005, p.36).

No rol dos assuntos relacionados à esfera pública, para Tarde, a opinião seria um julgamento momentâneo de um grupo, que é reproduzido pelas pessoas do mesmo país, da mesma época, entre outros. A opinião local era mais dominante no passado, mas acabou por nacionalizar-se com o jornalismo, atuando como propulsor do espírito público. As

informações fornecidas pelos jornais eram tidas como impulsos absolutamente irresistíveis. Não será possível medir os impactos da transformação causada pelo jornalismo, mas certamente diversificou-se ao longo do tempo e unificou no espaço as conversações das pessoas, inclusive daquelas que não eram leitoras. A conversação, por sua vez, é em Tarde (2005), todo diálogo sem utilidade direta, em que se fala por falar, por prazer ou distração. Sendo a relação social de maior profundidade entre os homens, agente poderoso da disseminação de ideias e sentimentos, sendo que ela difere muito de acordo com o grau cultural dos conversadores, seu nível de estudo, sua religião, sua origem urbana ou rural. São diferentes de acordo com o cerimonial, com a duração, com os assuntos tratados. Existem conversações obrigatórias e em todos os níveis da atividade social. Inclusive, o voto de silêncio, renunciar qualquer tipo de conversação, sempre foi visto como algo muito penoso, pois existe uma necessidade geral de conversar. A evolução da conversação, que se explica pelos discursos, jornais, livros etc., vai ocasionar uma evolução da opinião e consequentemente do poder.

> Politicamente, não são tanto as conversações e discussões parlamentares, e sim as conversações e discussões privadas, que importa considerar. É aí que o poder se elabora, enquanto nas Câmaras de deputados e em seus corredores, o poder se desgasta e, frequentemente, se avilta. Quando as deliberações dos parlamentos não têm eco e a imprensa não as divulga, elas não exercem quase nenhuma influência sobre o valor político de um homem no poder (...) Os cafés, os salões, as lojas, quaisquer locais onde se conversa, são as verdadeiras fábricas do poder. Não esquecer, porém que essas fábricas não poderiam funcionar se não existisse matéria-prima que empregam, os hábitos de docilidade e de credulidade criados pela vida de família e pela educação doméstica (Tarde, 2005, p. 121).

Da mesma maneira, uma multidão, público, uma mobilização de pessoas surge porque uma ideia foi insuflada por alguma pessoa, mesmo que seja de uma única pessoa para muitas. Esta(s) pessoa(s) são responsáveis pelas consequências disto, sejam positivas ou negativas. Entretanto, muitas vezes o que se insufla vem carregado de emoção e isso faz com que a ideia se propague com muita força, muitas vezes até de forma exagerada, criando ódio, fanatismo, paixão. Essas almas são ligadas virtualmente, não no sentido que

hoje conhecemos, mas a sua virtualidade está justamente naquilo que as une, a nacionalidade, a língua, educação, classe, ou seja, toda a sua questão social. Encontrando estas características em comum, somadas a emoção causada por essa pessoa/ideia/movimento, causa um efeito poderoso das almas reunidas pela sua semelhança, de uma forma muitas vezes imitativa. E assim sendo, seria injusto tanto dar as glórias das ações decorrentes de processos sucedidos de forma positiva, da devoção criada, ou de crimes que tenham sido cometidos, pela(s) pessoa(s) que insuflou(aram) esta situação, pois ainda que tenha responsabilidade sobre o ato inicial, não é responsável por tudo o que veio depois. Mas facto é que os movimentos nunca começam sozinhos, especialmente quando se trata de descontentamento popular com algum tema, houve ali um fomentador, espalhando ideias e até mesmo o ódio. Contudo, também nesse caso, quando a sociedade está ameaçada em seus interesses, quase sempre buscam se apoiar na solidariedade e vale quase sempre o mesmo princípio, os pequenos lutando contra os grandes, em busca de algum poder (Tarde, 2005).

O poder é certamente aquilo que em todos os níveis é objeto de desejo. Indubitavelmente, um processo vital da sociedade, tendo em conta que esta é definida de acordo com valores e instituições e o que define isso, são relações de poder. Quando o poder se depara com a resistência ou com a recusa, o processo se altera e provavelmente acarretará numa mudança institucional ou estrutural. Isso acontece, porque uma relação de poder só se exerce quando ela desempenha um papel de dominação estrutural. Existe um apoio entre os dois principais mecanismos de formação do poder que são apresentados nas teorias do poder, que são justamente o discurso e a violência. O poder enquanto representado pelos cidadãos se dá e é garantido de forma legítima através do debate na esfera pública. E o poder na sociedade em rede é, para Castells, o poder da comunicação (Castells, 2013). Giddens e Sutton (2017) defendem que alguns grupos exercem o poder ao controlar a agenda pública dos media e controlando os assuntos que serão levados à discussão.

1.3 – Apontamentos em relação ao agendamento social

Para McCombs (2009) o agendamento já é um antigo papel dos veículos de notícias e hoje assume novas configurações. Conforme o The New York Times, no século XX, Lord Beaverbrook, que foi um magnata da imprensa, era um homem que jantava com os primeiros-ministros britânicos e nesses encontros definia a agenda do país. Muito provavelmente, existem localmente e espalhados pelo mundo, diversas pessoas atuando da mesma forma ainda hoje. E assim a primeira questão que se coloca é: a agenda dos media representa o que o público necessita saber? Os cidadãos recebem sempre a realidade a partir da visão do jornalista, que por muito que tente ser isento, está sempre inserido num contexto e/ou sociedade.

Diariamente, os diretores e editores dão destaque àquilo que eles consideram como relevante. Escolhem dar mais visibilidade a certos tópicos em detrimento de outros, por inúmeras razões. Seguidamente por interesses de faturamento das próprias empresas jornalísticas ou em benefício de clientes e patrocinadores. Como escreveu Ana Isabel Cabo: "Para além da tirania do acontecimento, o *agenda setting*[30] está ainda subordinado às grandes audiências ditadas por lógicas comerciais" (2008, pág. 70). Naturalmente aquilo que é selecionado como destaque, também ganha maior importância para o público e com o passar do tempo, a agenda dos media se transforma na agenda do público. E ao fazer isso, está se dando início a um processo de formação da opinião pública.

McCombs (2009), atribui a Walter Lippmann o título de pai da ideia do que hoje é conhecido como agendamento, por causa do seu livro publicado em 1922, com o título *Opinião Pública* e, nomeadamente, em função do capítulo de abertura, denominado "O mundo exterior e as imagens em nossas mentes", onde dizia que as informações fornecidas pelos media, criam e influenciam as imagens da realidade que as pessoas criam em suas mentes.

Cinco características demográficas (raça, sexo, renda, educação e idade) são constantes nas pesquisas de opinião pública. McCombs (2009) apresenta um estudo que reuniu um conjunto de assuntos que receberam cobertura muito alta ou baixa em três comunidades dos Estados Unidos, sendo entrevistados quase mil americanos. Apenas uma

[30] Configuração da agenda, tradução literal e livre.

das características demográficas consideradas (raça, sexo, renda, educação e idade), mostrou-se relacionada ao funcionamento do agendamento, os cidadãos com mais anos de educação seguiram mais o agendamento dos media. Ou seja, não mostraram nenhuma diferença para argumentar contra ou para discordar do que os media diziam. Em resposta, acadêmicos como Wilbur Schramm[31] disseram que os efeitos eram provavelmente de longo prazo. Hoje compreende-se que os efeitos são imediatos, pela possibilidade da interatividade, mas os efeitos imediatos gerarão efeitos a médio e a longo prazo. Temos, portanto, vários tipos de efeitos, alguns bastante complexos. Entretanto, os cidadãos estão envoltos em uma aprendizagem contínua sobre os assuntos públicos (veremos na sequência, considerações sobre uma literacia dos media). Em relação às eleições, alguns cidadãos desejam informação de contexto, outros apenas querem uma indicação, uma espécie de orientação no processo. Quanto mais tiver necessidade de orientação, maior a probabilidade de seguir a agenda dos media. A frequência de cobertura dos media será o melhor indicador para saber qual o assunto que foi mais abordado (McCombs, 2009).

A experiência privada, na vida familiar e em comunidade, também nos informa sobre os assuntos, os media não são, perceptivelmente, nossa única fonte de informação aos assuntos públicos. Tudo também dependerá de acordo com os temas abordados, se o assunto for a inflação na economia, a experiência de compra por si só já revela a informação. Não será necessária uma notícia para dizer que o preço subiu, o comprador notará sozinho. Mas se o tema for mais complexo, como déficits orçamentários, a informação muito provavelmente virá apenas dos media. Para além disso, existem os enquadramentos, que podem exercer um *Framing Public Life*. Ou seja, selecionar aspectos de uma realidade e dar maior proeminência àquilo num contexto comunicativo e dessa forma causar uma recomendação de tratamento para o que foi colocado. Ao dar mais destaque para um fragmento, conduz também a uma interpretação de que aquilo é o mais importante e que acarretará ser o assunto público. Obviamente, tudo isso é fruto de um complexo jogo de influências. O presidente dos Estados Unidos será noticiado por absolutamente tudo o que fizer, até as coisas mais simples, pois ocupa uma posição relevante e tudo o que ele faz, naturalmente desperta o interesse. Ele é uma das fontes que

[31] Wilbur Lang Schramm (1907 – 1987) foi uma autoridade no campo da comunicação de massa. Schramm foi extremamente influente no estabelecimento de comunicações como um campo de estudo nos Estados Unidos e no estabelecimento de departamentos de estudos de comunicação em universidades dos EUA, sendo que também foi o primeiro indivíduo a se identificar como um estudioso da comunicação.

mais produz notícias e por ser o centro da atenção dos media, define também a agenda da comunicação social (McCombs, 2009).

> Talvez a principal razão para esta situação seja que o papel da mídia noticiosa é tipicamente inconsistente para que um assunto particular perdure por largo período de tempo usualmente requerido para a evolução do processo de política pública. As agendas da mídia são definidas muito mais pelo valor das notícias de eventos e situações imediatas do que pelo valor social de deliberação. (...) No entanto, de tempo em tempo surge alguma evidência de que a mídia exerceu influência substancial na agenda política tanto no nível local como nacional (McCombs, 2009, p. 158).

Alguns profissionais da comunicação, como os relações públicas, representam uma fonte de informação importante, desde o nível local até o internacional, pois são eles que fornecem as informações sobre os governos, empresas e outras organizações, também produzem os *press releases* que seguem o modelo das notícias jornalísticas. Verificando o The New York Times e o Washington Post durante um período de 21 anos, foi revelado que metade das suas matérias era produto de *press releases* e outras formas de subsidiação da informação, um número bastante expressivo. Por subsídio de informação, entende-se por exemplo, no caso das reportagens sobre saúde pública, como a poliomielite ou a Aids, a informação ser fornecida por cientistas e outras fontes noticiosas especializadas. Sem esses subsídios, a agenda mediática seria consideravelmente diferente em conteúdo e abrangência.

Também ocorre o agendamento intermídia, ou seja, as organizações noticiosas maiores, como é o caso do New York Times e da Associated Press, definem a agenda de outras organizações menores. Em níveis locais, uns influenciam os outros mutuamente. Essa definição da agenda dos media se dá nas outras organizações noticiosas como foi mencionado, mas também com base nas principais fontes de informação e nas práticas do jornalismo. Nesse sentido, o jornalista e romancista Leonard Garvey Pitts Jr. notou que num mundo onde os media são capazes de definir a agenda do público e de produzir diálogo, as coisas que os media simplesmente ignoram podem muito bem *não existir*. Ocasionalmente, o agendamento intermídia pode se dar de uma forma diferente, por

exemplo, quando o entretenimento define a agenda de notícias. No Canadá, ao examinar as matérias sobre o Holocausto nos principais jornais num período de 15 anos (1982 a 1996), foi descoberto que o filme "A Lista de Schindler" foi responsável pelo maior número de matérias sobre o tema, do que o próprio tema em si nesse período (McCombs, 2009).

Da mesma forma, durante o confinamento realizado no mundo em 2020, pela pandemia de Covid-19, a série o Gambito da Rainha apresentada na plataforma de streaming Netflix (que apresentava a história de uma enxadrista órfã nos anos 1960 e a sua jornada para se tornar a melhor do mundo), mais do que bater recordes históricos de audiência, causou um enorme *boom* pelos jogos de xadrez, além da venda de tabuleiros, o jogo também foi um sucesso na modalidade online, fazendo com que milhões de pessoas passassem a praticar. E assim, poderia descrever muitos exemplos dessa potente indústria que é o entretenimento e da sua potencialidade de inserção na esfera pública.

Em termos psicológicos, não é humanamente possível dar conta de todas as informações de que dispomos, por esta razão somente poucas acabam evoluindo para um debate público. É assim que se utiliza o sugestionamento, também conhecido como *Priming*, que é a base psicológica para atrair a atenção do público. Além disso, ao fazerem escolhas, as pessoas utilizam-se da intuição, não farão nesse momento uma análise baseada no seu *stock* de informações. Os cidadãos irão escolher com base no que estiver em evidência nos media. Por outro lado, se elas não tiverem informações para formar uma opinião, elas acabarão por ficar indecisas (McCombs, 2009).

As novas tecnologias, sobretudo as de comunicação, em suas respectivas épocas provocaram mudanças revolucionárias e há certamente mudanças em vista para o futuro também do agendamento. Alguns estudiosos já preveem o fim do agendamento ao passo que as audiências se fragmentam e o mundo de certa forma possui um agendamento universal, com uma riqueza enorme de quantidade de informações e informações com alto nível de especialização. O resultado seria uma atenção diversa em vários pontos, de acordo com seus interesses pessoais e assim possivelmente criando uma coleção de agendas individuais. Entretanto, ao lado disso, poucas pessoas têm tempo e desejam buscar informações com profundidade, com exceção de algumas situações específicas, o que faz com que já exista uma quantidade substancial de principais sites acessados (McCombs, 2009).

Na prática, as pessoas querem ter as informações prontas e da forma mais simples possível, o que faz com que o processo do agendamento tenha alterações, mas continue sendo praticado ativamente. A forma de agendamento baseada no que era a tradicional *agenda setting*, já é hoje diferente. Principalmente o jornal e a televisão ainda são meios de legitimação da informação, como se confirmasse para as pessoas que se está nestes meios então tem alguma relevância, porém cada vez faz menos sentido a "obrigação" de afirmação por eles. Talvez os movimentos que surgem na internet não tencionem sempre atingir estes meios, pois a internet se tornou o meio mais popular. No entanto, os comunicados de Estado continuam a ser feitos pelos media tradicionais bem como qualquer informação de última hora que, ao surgir nos media tradicionais, transportam consigo a garantia da veracidade. Entretanto a maior parte do que vemos nos media tradicionais, já vimos antes na internet, na palma da mão, pelos telemóveis, o que faz com que o critério da "novidade", torne-se sempre atrasado nestes media.

Em verdade, especialmente depois do confinamento provocado pela pandemia de Covid-19 e com o uso ainda mais contínuo das redes sociais online e a popularização de aplicativos como o TikTok[32], há um novo fenômeno, uma nova forma de legitimação que é a capacidade de comunicação individual pelos media sociais. Ora, é óbvio que um profissional não é mais competente por ter esta habilidade, mas é facilmente verificável que por exemplo, o médico que tem o consultório mais cheio, com mais agendamentos e consultas, não é (provavelmente) hoje aquele que estudou mais, por mais anos, nas universidades mais difíceis e com o melhor desempenho e sim, aquele que utiliza as redes sociais online de uma forma comunicativa a seu favor. E que exerce uma nova espécie de legitimação, como se o fato de ele expor o seu conhecimento de forma efetiva, inclusive muitas vezes paga por ele, exercida por agências de comunicação digital, o torna um médico mais confiável. Este profissional facilmente poderá cobrar por uma consulta um valor muito maior do que aquele que é possivelmente mais capacitado no que realmente interessa neste caso, que é a medicina. Estes são os tempos atuais. O médico ter um espaço no jornal, aparecer em uma entrevista na televisão, ainda lhe dá reconhecimento, mas não tanto como ter muitos seguidores. Ou seja, nos deparamos com uma nova forma de agendamento social, pois ao ter um grande número de seguidores, terá uma autoridade no

[32] O aplicativo móvel TikTok permite que os usuários criem vídeos curtos de até 60 segundos que normalmente apresentam músicas, podem ser acelerados, desacelerados ou editados com um filtro. Lançado em 2016, se popularizou durante a pandemia e em 2021, de acordo com a empresa-mãe Bytedance, o número atual de usuários ativos é de mais de 1,29 bilhão.

assunto que o fará ser convidado para participar do programa de televisão, mas essa autoridade não necessariamente é real e baseada na medicina, pode ser mais baseada na habilidade comunicação oral e digital deste profissional.

Além do referido acima, observamos um outro fenômeno, que os profissionais que utilizam as redes sociais online, acabam por pautarem-se uns aos outros. Se antes os grandes jornais pautavam os de menor proporção. Agora é verificável a semelhança de conteúdo entre várias contas. O ponto de referência não é mais alguma entrevista no programa de televisão de maior audiência, mas principalmente o que está acontecendo no mundo nas redes sociais online, pois frequentemente o que é assunto por lá, se torna assunto fora da rede, por vezes com discussões prolongadas. Houve uma migração e essa é uma das principais formas de agendamento atuais.

Outra questão a ser mencionada é que assuntos mais polêmicos, se dissipam muito velozmente e tendem a pautar a sociedade instantaneamente. O fluxo do agendamento que poderia levar um extenso período de tempo, evidentemente foi alterado e muito com a internet, cresceu com as redes sociais online e depois, com a pandemia, se alterou ainda mais. A pandemia certamente mudou o fluxo da comunicação para níveis ainda mais acelerados, alterou o hábito de consumo dos media, elevando-o para algumas pessoas na máxima potência, colocando, no entanto, a televisão como canal com mais audiência em vários países da Europa.

Como dizia, o agendamento já tinha sido acelerado, onde todos estavam online o tempo todo e em estado de certo alerta, depois com o confinamento, percebeu-se esse aceleramento com nitidez. Além disso existe uma certa expectativa em esperar sempre pelo próximo assunto pautado, provavelmente oriundo dessa aceleração. Ainda é possível observar outras consequências desse novo processo de *agenda setting*, os medias tradicionais são pautados e muito por *influencers* e pelos assuntos em destaque nas redes sociais. É comum verificar um vídeo que foi viral, tornar-se reportagem posteriormente. Outro ponto, é o que entendo como uma *Self Agenda*, ou seja, um auto agendamento, em que o indivíduo agenda-se a si mesmo de acordo com as suas audiências, indo ao encontro dos estudos de recepção.[33] Ao postar o que lhe convém, o indivíduo está normalmente

[33] Em relação aos estudos de recepção, Cogo e Brignol (2011), referem que é importante considerar que a convergência pode ser pensada tanto como modo de apropriação do conteúdo, através do uso combinado de diferentes mídias, como padronização dos formatos e como referência, através da aproximação de linguagens e lógicas. Outra noção a considerar no processo comunicacional, repercutindo no âmbito da recepção, é a da

pensando apenas na recepção da audiência, não importando tanto o conteúdo, mas sim a forma que será recebido e a resposta que terá em likes e comentários. Se o indivíduo souber que um assunto é considerado "chato" ou "menos atrativo" e que não irá atrair likes e visibilidade, a sua publicação é opcionalmente excluída da possibilidade de ser visto (e debatido socialmente). Deste modo, trazer o agendamento para a esfera pública de um tema com maior complexidade, acaba por se tornar mais desafiador.

Ainda é muito cedo para uma definição específica desse novo processo de agendamento que a sociedade vive atualmente, contudo é verificável que as teorias e conceitos tradicionais mantêm suas bases, mas são praticadas de formas diferentes. Desta forma, encerra-se este passo, mas a comunicação continuará a ser abordada no próximo capítulo.

interatividade, vista como um dos principais elementos da redefinição dos processos psicológicos, cognitivos e culturais, em decorrência da digitalização da comunicação.

CAPÍTULO 2 – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS ONLINE

> Indivíduos conectados podem criar novas comunidades em torno de si mesmos, dos seus interesses ou até das suas doenças – online, presencialmente ou em ambos. Eles também podem usar os social media, como o Twitter, para descobrirem ou conectarem-se àqueles com quem compartilham alguma coisa em comum (Rainie & Wellman, 2012, p. 15, online, tradução livre).

2.1 Teoria do agir comunicativo

Inicia-se este capítulo abordando brevemente umas das teorias mais conhecidas em relação a comunicação, que é de Jürgen Habermas, a teoria do agir comunicativo. Esta teoria expõe antes de mais um ideal de uma comunicação, que utilizaria a racionalidade como sistema. O autor entende que a comunicação tem um poder de transformação muito grande, utilizando-se de uma razão comunicativa e propondo assim uma alternativa à razão instrumental da sociedade. Entende que a comunicação, por exemplo, através de práticas sociais, gerou uma reflexividade que foi importante na questão das estruturas simbólicas

do mundo da vida. Habermas foi influenciado por Durkheim e por Mead[34], que por sua vez, foi o primeiro autor a colocar o indivíduo no processo de interação social, o que é uma das características marcantes da teoria do agir comunicativo. A teoria tem também como característica ser universalista e como critério a criticabilidade.[35]

O processo que antecede o agir comunicativo, se inicia na hermenêutica[36] e na fenomenologia[37] e termina em uma pragmática[38] formal. Apresenta a comunicação como um meio absolutamente necessário na produção de ordem social, que ultrapassa as ideias baseadas apenas na comunicação linguística. Tendo uma verdadeira mediatização do mundo da vida, ou seja, uma submissão das pessoas aos sistemas como a burocratização e a monetarização, isso levaria a uma colonização do mundo da vida, que por sua vez, poderia dificultar a racionalidade no agir comunicativo, já que ele se dá por meio de recursos reflexivos. Após a análise da Teoria da Sociedade de Parsons[39], Habermas através de Weber[40] estudará os processos de racionalização social. Com isso, o sistema e o mundo da vida se configuram da seguinte maneira: de um lado a vida privada com a família etc. e de outro os subsistemas do Estado. Weber, que centrou seus estudos na Reforma e outros movimentos, descobriu que o processo de aprendizagem evolucionária se dá com a racionalização do mundo da vida, iniciando com a cultura e estrutura da personalidade e

---

[34] O interacionismo simbólico, abordado por Mead, considera a influência, na interação social, dos significados particulares trazidos pelo indivíduo à interação, assim como os significados que ele obtém a partir dessa interação sob sua interpretação pessoal. Essa abordagem é especialmente relevante na microssociologia e psicologia social.

[35] Atributo do que é criticável.

[36] Hermenêutica é a filosofia que estuda a teoria da interpretação, que pode referir-se tanto à arte da interpretação quanto à prática e treino de interpretação. A hermenêutica tradicional refere-se ao estudo da interpretação de textos escritos, especialmente nas áreas de literatura, religião e direito.

[37] Fenomenologia é uma metodologia ou um modo de pensamento filosófico que retoma a importância dos fenômenos, os quais devem ser estudados em si mesmos – tudo que podemos saber do mundo e de nós próprios resume-se a esses fenômenos.

[38] A pragmática é a área da linguística que analisa o uso concreto da linguagem em diferentes contextos. Vai além dos sentidos atribuídos pela semântica e pela sintaxe, que se dedicam à construção teórica. O foco é a interpretação da linguagem.

[39] A sua teoria aborda principalmente, que o sistema social se refere à interação entre personalidades diferentes ou à interdependência das pessoas. Para Parsons, a ação social não é meramente individual, pois ela também se dá na forma de uma interação entre peças do sistema, ou seja, o indivíduo com o meio, o indivíduo com sociedade, instituições, coletivos e etc.

[40] A teoria Weberiana entendia que as ideias, as crenças e os valores eram os principais catalisadores das mudanças sociais. Ele acreditava que os indivíduos dispunham de liberdade para agir e modificar a sua realidade.

chegando a ordens institucionais. Essas relações de troca, constituem-se em papéis sociais, onde novamente de um lado tem-se o trabalhador e o consumidor e do outro lado, o papel de cliente e cidadão. O consumidor estabelecendo relações de troca e o cidadão aparecendo como membro do sistema político. Assim, fazendo com que haja uma fragmentação das pessoas, no sentido de apropriar-se de várias posições, muitas vezes perdendo a coerência de suas ações e suas vidas, transformando o seu agir comunicativo e transformando relações sociais em relações instrumentais. E isto pode acontecer utilizando-se filtros sociais que controlam o acesso à esfera pública ou também pelas deformações nas estruturas de comunicação pública, como por exemplo, através de um controle na manipulação dos fluxos de comunicação (Habermas, 2012).

No que concerne aos movimentos, Habermas diz que a Revolução Francesa, abriu a era dos movimentos de massa, mas que estes geraram reações não coincidentes, tais como socialismo, o comunismo, o anarquismo, o fascismo, também movimentos sindicalistas e revolucionários conservadores. Os desejos tidos como visionários de uma renovação moral e um reavivamento da política em geral, se tornaram em pura administração. A expressão *Vormärz*[41] é utilizada para mencionar uma época marcada por movimentos realizados na Alemanha, entre 1830 e 1848. As experiências de emigrantes alemães, já nos anos 1930, serviram para realizar análises de movimentos/protestos que foram acometidos de um silenciamento e não vingaram. Em paralelo, o historiador e crítico social americano, Cristopher Lash, elaborou um diagnóstico em termos de psicologia social, que relaciona o Complexo de Édipo com a internalização de uma repressão na autoridade dos pais, que passam a ideia de que as estruturas de comunicação da família configuram as condições de socialização. Exemplifica com os sintomas nas doenças típicas de uma determinada época, diminuindo o número de neuroses e crescendo em número de perturbações narcisísticas. A teoria do agir comunicativo tem o seu modelo estrutural apoiado no ego, no id e no superego[42], substituindo uma filosofia da consciência por uma teoria da socialização,

[41] Pré-março, tradução livre do original em alemão.

[42] Em suma, o Id, o Ego e o Superego são os três componentes da formação da personalidade. São as representações da impulsividade, da racionalidade e da moralidade, respectivamente.

relacionando Freud[43] e Mead, relativamente a interação e a formação da identidade (Habermas, 2012).

Nos dois livros que compõem a teoria do agir comunicativo, Habermas também aborda as questões relacionadas com a comunicação de massa e entende que nesta, os fluxos assumem a discussão pública, dominando a linguagem comunicativa, de uma forma que de um lado transforma os conteúdos em estereótipos de uma cultura de massa, que imita o que já existe; e, de outro lado, consome a cultura, a transformando num sistema de controle social, substituindo características de comportamento. Contudo, se colocavam certas contradições nessa cultura de massa, como: as mensagens ideológicas não atingem obrigatoriamente os destinatários previstos, os meios não conseguem abdicar das obrigações jornalísticas; o próprio sentido da prática comunicativa resiste a uma intervenção manipuladora (Habermas, 2012).

Voltando aos conflitos/movimentos antes mencionados, eles surgem principalmente nas esferas da socialização e de reprodução cultural, sob a forma de protestos. A comunicação (abstrata) torna-se real com isto. Estes conflitos, refletem, antes de mais, questões envolvendo as formas de vida. Revelam a "revolução silenciosa" descoberta pelo cientista político Ronald Inglehart, na qual se passa do que é chamado de "velha política", analisando mudanças de valores e de atitudes e focando em questões sociais e econômicas e nos problemas de segurança interna e passando para uma chamada "nova política", onde os problemas são relacionados com a qualidade de vida, com os direitos iguais, focando na realização pessoal. Na velha política estariam os empresários e trabalhadores ligados ao comércio e indústria, já na nova política, grupos com boa formação escolar e os mais jovens representam a força maior (Habermas, 2012).

Classificar os atuais grupos de protesto fica cada vez mais difícil, em função de os temas modificarem-se com muita velocidade. Habermas (2012), aponta alguns destes movimentos na Alemanha: movimento antinuclear, movimento ecológico, movimento de iniciativas cidadãs, movimento pela paz, minorias como homossexuais, idosos etc., entre outros.

---

[43] Sigmund Freud (1856-1939), médico neurologista e psiquiatra criador da psicanálise, iniciou seus estudos pela utilização da técnica da hipnose no tratamento de pacientes com histeria, como forma de acesso aos seus conteúdos mentais. Essa hipótese serviu de base para outros conceitos desenvolvidos por Freud, como o do inconsciente. Freud também é conhecido por suas teorias do complexo de édipo e da repressão psicológica e por criar a utilização clínica da psicanálise como tratamento das psicopatologias, através da escuta do paciente.

Dentro dessa enorme diversidade, convém distinguir os movimentos em três tipos, que para o autor seriam: fuga, oposição e emancipação. O autor comenta ainda que o movimento feminista, dentro de uma libertação socialista, busca os fundamentos universais do direito e da moral e desta maneira, o movimento é impulsionado por uma força ofensiva, diferente da maioria dos movimentos que teriam uma força defensiva. Os movimentos de resistência e de fuga, não buscam conquistar território e sim promover esferas de ação organizadas comunicativamente. O que se mostra de grande força impulsionadora nos projetos, em grande parte de iniciativa cidadã, é o sofrimento por fenómenos de privação, que provocam uma prática cotidiana desfavorecida. Deste modo, características como cor da pele e filiação religiosa servem para formar comunidades e fabricar comunidades de comunicação, que formam uma espécie de autoproteção através destes subgrupos, buscando definir suas identidades, tanto pessoais como coletivas. Valorizar os espaços de troca simples e descentralizadas é algo fundamental para revitalizar possibilidades de expressão que não eram possíveis (Habermas, 2012).

Desta maneira, havendo uma racionalidade da ação e uma racionalização do social, o agir comunicativo encontra o seu espaço, baseado no caminho que Habermas propõe para a modernidade, focado na intersubjetividade comunicativa, utilizando a razão como fio condutor, com vistas a soluções éticas e políticas, onde a vida das pessoas não estaria destinada a imposições sistêmicas, mas lhes sendo facultada a possibilidade de transformações sociais, como por exemplo, através dos movimentos.

2.2 A mediação como condição e a comunicação como comunidade

A palavra “comunidade” nasceu no século XIV, para diferenciar as pessoas comuns das pessoas da alta sociedade. Desde o século XVIII ela passa a ter um novo significado, servindo para designar um bairro ou uma comunidade de interesses em comum e que se relacionam entre si. Embora se tenha uma primeira impressão de que numa era de comunicações globais e alta migração, as identidades nacionais, através da internet se veem fortalecidas e as nações prosperam no ciberespaço, porque as nações são comunidades imaginadas, ao qual através da web os membros conseguem atingir uma presença e um sentimento de identidade nacional em longas distâncias. A cidadania, é

uma forma de agir dentro de uma comunidade e consigo levar alguns direitos e responsabilidades. O seu conceito se desenvolve na Grécia Antiga, onde o facto de ser cidadão, se dava pelo indivíduo viver dentro da cidade. O debate político atual diz respeito a pensar de que forma os cidadãos podem revigorar a vida em comunidade, atribuindo sentido constante ao que a cidadania é ou deveria ser (Giddens & Sutton, 2017).

Em *Comunicação e Cidadania, os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas*, João Carlos Correia (2004), comenta que as relações entre a sociedade e os indivíduos se tornaram altamente mediatizadas, a construção de visões de mundo e de normas, passam de forma cada vez mais frequente pelos órgãos de comunicação social. A forma acelerada com que isto vem acontecendo, traz naturalmente muitas consequências, exercendo uma capacidade de controle muito grande. A atividade mediática em geral desempenhou um papel decisivo na estruturação da vida pública, abrindo possibilidades para a cidadania e ao mesmo tempo criando mecanismos que empobrecem essa mesma cidadania. Também possuem uma capacidade de criar dinâmicas alternativas que ajudam ao aparecimento de movimentos sociais com vistas ao desenvolvimento democrático (Correia, 2004).

"Mediação" tem como significado, "intervenção divina" prevê o congregar, em entender que o homem se relaciona com uma certa distância dos seus instintos primários para interagir com aquilo que atribuiu algum sentido. Nessa construção simbólica, o indivíduo introduz assim, uma reflexividade sobre o seu agir. A mediação unida à comunicação e com o aparecimento da indústria jornalística e dos media sociais contribui para uma transformação profunda na forma como se exerce a política e a cidadania e como são entendidos o público e o privado. Toda a esfera da informação pública depende da mediação dos meios de comunicação. A construção de sentido visando uma conduta social, criando e reproduzindo identidades individuais e coletivas, a luta pela visibilidade em prol da luta pelo reconhecimento, dependem sempre mais dos media. A sociedade civil é o espaço onde se criam nos indivíduos a subjetividade e a sua contradição se explica quando é na sua particularidade, que se criará a aspiração ao universal. Em cada comunidade particular, apesar da dimensão pluralista, sempre se exige uma consciência reflexiva, gerando uma fragmentação cultural, que confronta a noção tradicional de cidadania (Correia, 2004).

A comunicação como *koinonia*[44], ou seja, a comunicação comunitária/participativa, mediada por um medium, mesmo que seja só a voz, é formada por iniciativas populares (como jornais) e são enraizadas aos movimentos sociais. É facilmente percebida por singularidades como o conteúdo, finalidade, linguagem, formato, nível de participação popular e do público destinatário que se converte em emissor. Este tipo de comunicação se vincula aos movimentos populares e a outras formas de segmentos mobilizados, que tem por finalidade a ampliação dos direitos dos cidadãos ou alguma mudança social (Peruzzo, 2006). A comunicação comunitária, para Peruzzo, é um processo comunicativo que vem a requerer o envolvimento das pessoas de uma 'comunidade', atuando não somente como receptoras de mensagens, mas também na gestão dos meios de comunicação (Peruzzo, 2003).

Em contrapartida, o jornalismo-cidadão também conhecido como jornalismo colaborativo, basicamente consistia (e ainda consiste) em que cidadãos leigos, sem formação jornalística, participassem de forma ativa do processo, desde a coleta de informações, reportagem e disseminação de notícias. Para Eduardo Cintra Torres (2009) o jornalismo-cidadão não existiu, o indivíduo *empowered*[45] pela tecnologia não tem a mesma conduta, um código e/ou relações intrapessoais na área. A carreira do jornalismo inclusive foi por muitas pessoas posta em causa em função da ideia de que qualquer indivíduo hoje poderia ser "jornalista" em função dos novos meios de comunicação. António Fidalgo (2009) coloca que o jornalismo exige uma qualificação específica que o cidadão comum não tem. Exemplifica com outras profissões, dizendo que por mais que alguém cozinhe bem, não se torna um cozinheiro, pintar uma parede não te torna um pintor, pois mais que exerça a função com destreza. Para ser jornalista existem determinados procedimentos que precisam ser respeitados, especialmente a averiguação das notícias, a habilidade de contextualizar corretamente e nomeadamente princípios éticos.

O carácter cognitivo das notícias é assim de cariz pragmático e de algum modo indispensável à sociedade. Na verdade, o conhecimento científico é recente na história da humanidade. Os gregos criaram a ciência e demarcaram-na do mito e da lenda, as ciências experimentais e exatas são um produto da modernidade e as ciências sociais emergem

---

[44] *Koinonia* é uma palavra de origem grega e significa "comunhão". Este termo se tornou muito comum entre os cristãos, sendo utilizado no sentido de participação e contribuição com o próximo e com Deus.

[45] Empoderado, tradução livre.

apenas no século XX. Contudo, as notícias são tão antigas como a humanidade. É que não existe unidade social sem comunicação de notícias (Fidalgo, 2009, p. 226).

Novamente entra a questão do interesse público. Não é suficiente a notícia estar disponível, mas que exista um interesse coletivo em relação a ela. Aliás, em uma era em que a informação está em evidência e numa crescente gigante em relação a quantidade, é que os jornalistas se tornam ainda mais fundamentais. Diante da divergência de temas, os jornalistas não apenas filtram as matérias, mas também inserem a importância social em determinados assuntos. Se a internet fragmenta o espaço público, cabe ao jornalismo constituir um espaço comum, que é naturalmente indispensável para a vida social (Fidalgo, 2009).

O pluralismo dos meios de comunicação diz respeito ao acesso às mais variadas informações, de tal maneira que os cidadãos possam formar opiniões sendo menos influenciados por fontes dominantes. Entretanto, os cidadãos precisam que os meios de comunicação sejam transparentes e imparciais e os países devem assegurar que a regulação da comunicação seja também independente dos fornecedores de serviços de comunicação audiovisual e dos governos, para que seja assegurada ao cidadão uma informação de qualidade. O perigo está, por exemplo, no enviesamento de discursos, na seleção dos acontecimentos, no modo de enunciar, traduzindo-se possivelmente como bloqueios ao pluralismo e consequências de ordem democrática (Cádima, 2009). Ora, para a internet, ainda não há uma regulação universal.

João Carlos Correia (1998), no livro "Jornalismo e Espaço Público", menciona que é na comunicação social regional[46] que sobrevivem formas concretas de proximidade em relação aos cidadãos e aos espaços públicos onde eles intervêm e onde se pode problematizar um modelo caracterizado por essa possível racionalidade alternativa. O papel das novas tecnologias de comunicação é outro fenómeno que parece relevante analisar, pois estas podem desempenhar no âmbito dos media regionais um papel fundamental, alcançando a almejada proximidade com os públicos e ultrapassando formatos retrógrados. A Comunicação Social Regional é também uma possibilidade de refletir os projetos locais, conectando os cidadãos em torno dos problemas que lhe são próximos. A chamada de atenção para as realidades com que as populações vivem no seu dia-a-dia (e a comunicação que é exercida) é exatamente o contrário das práticas e estilos

[46] Variação da terminologia.

próprios da comunicação social de âmbito nacional ou global. Se existe uma permanência de gêneros e formatos que fazem com que o jornalismo seja sempre e em todo o lugar jornalismo, estes implicam um reconhecimento da realidade de forma profunda no local em que esses projetos jornalísticos são realizados. Ou seja, devem colocar como componente integrante de um desempenho correto, as especificidades dos públicos e das realidades locais (Correia, 1998).

Raquel Recuero, em "Comunidades Virtuais, uma abordagem teórica" (2001) traz a distinção entre comunidade e sociedade, proposta pelo sociológo alemão Tönnies. Para a autora, Tönnies buscou criar um conceito de comunidade "pura", que fosse um ideal, e que era o oposto do conceito de sociedade, que foi criado pela vida moderna. Recuero explica que para Tönnies, *Gemeinschaft* (comunidade) era representada pela aldeia, cidade, pela família e continha uma motivação afetiva, orgânica, as relações eram locais e havia interação. Sendo que as normas e o controle efetuavam-se através da união, da religião e do costume. Já *Gesellschaft* (sociedade) era representada pela frieza, pelo egoísmo. Sua motivação tinha um objetivo, era mecânica, as relações eram complexas e além das relações locais. As normas e o controle estabeleciam-se através de leis e da opinião pública. Abrangia metrópole, nação, Estado e Mundo. Ou seja, Recuero sintetiza que para Tönnies, a comunidade seria o estado ideal dos grupos humanos e a sociedade, seria a sua corrupção.

Recuero (2014), cita Lemos (2002)[47] na qual o autor diferencia uma comunidade de uma não comunidade, evidenciando a base territorial e o espaço temporal.

[47] Análise das listas Facom/UFBA e Cibercultura, que faz discussão em torno de "agregações eletrônicas ou comunidades virtuais?", por André Lemos.

> Grosso modo podemos dizer que no ciberespaço existem formas de agregação eletrônica de dois tipos: comunitárias e não comunitárias. As primeiras são aquelas onde existe, por parte dos seus membros, o sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, cujo compartilhamento de emoções e troca de experiências pessoais são fundamentais para a coesão do grupo. O segundo tipo refere-se a agregações eletrônicas onde os participantes não se sentem envolvidos, sendo apenas um locus de encontro e de compartilhamento de informações e experiências de caráter totalmente efêmero e desterritorializado (Lemos, 2002, como citado em Recuero, 2014, p. 138).

Já Deleuze e Guattari (2001) falam de um processo híbrido das relações e especialmente da informação em rede, ao qual definem como "rizomático". Seria caracterizada por uma sociedade interativa, na qual o rizoma possui a forma de uma raiz subterrânea que formam vários nós, de onde brotariam as folhas, numa analogia de que a sociedade seria composta por várias raízes descentralizadas que se reproduzem continuamente, sendo assim, os rizomas se articulariam/ramificariam, em um processo contínuo de desterritorialização e reterritorialização, no que tange às relações sociais (Di Felice, 2007).

Neste sentido, Howard Rheingold popularizou o conceito de comunidade virtual, colocando à parte um dos pontos mais importantes até então dentro da sociologia clássica para a definição de "comunidade", que era os indivíduos unidos dentro de uma base territorial. Além disso, foi o primeiro a utilizar a expressão "comunidade virtual"[48], para conceituar as pessoas que se reuniam, conversavam e mantinham interação em grupos no ciberespaço.

[48] *The Virtual Community*, publicado em 1993.

> As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da rede (Internet), quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético (ciberespaço) (Rheingold, 1996, p. 20).

Semelhante é a ideia de Primo (1997) que entende que os indivíduos se reconhecem como parte de um grupo e responsáveis pela manutenção das relações. Da mesma forma, Beamish (1995), diz que uma comunidade se caracteriza quando existe um "sentimento de pertença", de ter algo em comum. Mesmo antes da definição do termo comunidade virtual, Weber já classificou: "Chamamos de comunidade a uma relação social na medida em que a orientação da ação social, na média ou no tipo ideal- baseia-se em um sentido de solidariedade: o resultado de ligações emocionais ou tradicionais dos participantes" (1987, p. 77).

Assim, "comunicação e identidade não são antagonistas, mas substancialmente ligadas. A comunicação só pode multiplicar a difusão de informações, cada vez mais numerosas, vindas de todos os cantos do mundo, porque existem simultaneamente comunidades restritas de receção e interpretação dessas informações" (Wolton, 1996, p. 169). Dito isto, o local e o global assumem uma postura de ligação e após análises aprofundadas, proponho o seguinte esquema do fluxo de comunicação.

- Fluxo Comunicação Micro -» Macro: microssistemas, comunidades locais, movimentos tentando atingir a esfera pública, que antes utilizavam protestos como forma de atenção, hoje utilizam principalmente redes sociais online, que muitas vezes também se convertem em manifestações de rua (recorrendo a um termo mais adequado). Também aqui normalmente contam com a figura do mobilizador, que assume o papel de alguém que entusiasme o projeto e deposite forças nele, que incita um grupo de pessoas em benefício de algo.

Tem como características, entre outras, trazer assuntos de interesse público específico ou local (como a prevenção de doenças e reivindicações de uso de serviço público), movimentos coletivos diversos (arte, cultura e afins), divulgar assuntos de interesse público, da mesma forma, divulgar assuntos que não tem espaço nos media tradicionais. Os produtores dos discursos, falas, redações e assim por diante, são as pessoas envolvidas, o cidadão comum. Os grupos são autofinanciados ou recebem doações,

trabalham com apoio cultural e normalmente não fazem anúncios publicitários pagos. A depender do projeto, a gestão é colaborativa.[49]

- **Fluxo Comunicação Macro -» Micro**: macrossistemas como Estado, ONU, WHO tentando disseminar informação para as comunidades locais, principalmente através de comunicados estruturados através de assessorias de imprensa, televisionados pela posição de poder que ocupam e ancorados pela *agenda setting*. Hoje também já comunicam por canais online, mas não possuem a mesma força de interação das comunicações de fluxo oposto.

Tem como característica, entre outras, ser suscetível a interesses políticos e econômicos de empresas, lideranças diversas e partidos políticos. Interessam-se por contribuir com a ampliação da cidadania. Os espaços abertos à interação são supervisionados por técnicos e dirigentes. A produção dos media é feita por excelentes profissionais do mercado, altamente especializados. A gestão é burocrática.[50]

Diante disso, se apresenta o seguinte quadro-resumo:

Tabela 01

Fluxo de Comunicação em duas vias

FLUXO COMUNICAÇÃO		
Classificação	MICRO -» MACRO	MACRO -» MICRO
Sistema	Microssistemas (mais locais)	Macrossistemas (mais globais)
Representação	Movimentos, Comunidades, ONGs Pequenas	ONU, WHO, Estado, ONGs Grandes
Comunicação	Mobilizador(es) e Redes Sociais	Grandes medias e Publicidade
Interação	Alta	Baixa
Agenda setting	Dependente de eventos, alcance nas redes e etc	Alta (em função do poder das entidades)

Nota. Elaboração da autora.

Em relação às ONGs, as de menor proporção, se enquadram no Modelo Micro, pela sua dependência das comunidades. Estes movimentos normalmente buscam a resolução de problemas específicos, inclusive através da criação de políticas públicas que as favoreça.

[49] As características apresentadas nos dois modelos são inspiradas em várias obras, entre elas, principalmente a de Cicília Peruzzo.

[50] Idem 49.

Já as ONG maiores como "Médicos Sem Fronteiras"[51], possuem uma capacidade de organização similar ao de uma empresa, no que diz respeito a sua estrutura, o que os aproxima mais do Modelo Macro. Um movimento que seja lançado por essa entidade, se dará igualmente pelas vias da publicidade. Os movimentos que partem nesse fluxo, normalmente buscam clarificar, informar, trazer algum tipo de consciência para a população.

A figura que denomino mobilizador, poderia equivaler ao líder de opinião. Entretanto, esta nomenclatura não parece mais se adequar para a maior parte das atividades. O mobilizador pode ser um líder de opinião, no sentido que tem o respaldo para tal, enquanto detentor de conhecimento, debate, experiência ou história em determinada causa ou assunto, mas nem sempre o é, inclusive normalmente o mobilizador é um indivíduo comum. Embora possuam a mesma função de motivar para o debate, não são em característica, a mesma coisa.

Uma ressalva muito importante nesta ideia é que a comunidade no sentido Micro de que aqui se fala, é aquela que possui proximidade, familiaridade. Uma comunidade específica que esteja presente em vários pontos do globo, em torno de uma doença, por exemplo, normalmente mas não necessariamente, irá possuir uma estrutura similar ao do Modelo Micro, a proximidade está nos seus laços construídos. No caso da pandemia de Covid-19, é possível observar grupos diversos com as mais variadas estruturas. Lembrando que hoje, a comunidade serve para o local e para o global. A comunidade pode ser híbrida[52], em essência. Depois das "comunidades virtuais", o termo comunidade não tem

---

[51] A organização internacional Médicos Sem Fronteiras foi criada em 1971, na França, por jovens médicos e jornalistas. Enquanto a equipe médica socorria vítimas em uma guerra civil, o grupo percebeu as limitações da ajuda humanitária internacional: a dificuldade de acesso ao local e os entraves burocráticos e políticos faziam com que muitos se calassem frente aos factos testemunhados. MSF surge como uma organização médico-humanitária que associa socorro médico e testemunho em favor das populações em risco. A organização trabalha em cima de determinados eixos de atuação. São eles: conflitos armados, epidemias, fome e desnutrição, desastres naturais e exclusão de cuidados médicos. A organização é uma iniciativa independente de governos e sustentada, em grande parte, por contribuições privadas, facto que lhe confere liberdade e agilidade para oferecer ajuda humanitária onde for preciso.

[52] "O espaço de mediação clássica, que tendo uma dada relação ao controlo ainda não era o espaço de controlo, implicava a prioridade dos fins, uma lógica do telos e um «demiurgo» (um artesão). Este espaço de realização, tinha a sua matriz na oposição entre possibilidade e existência, que se modulava numa série de outras oposições, como as de princípio e fim, de presença/ausência, de hard e de soft, de permanente e de efémero, etc. etc. A dualidade destas séries era absolutamente necessária, mas a verdadeira linguagem binária acabaria por ser a informática, que já era exigida pelo binarismo clássico e que a lógica clássica de certo modo antecipava. O virtual era o espaço do imaginário (determinado metafisicamente, mas também teologicamente ou politicamente), onde se intuíam, ou se construíam as possibilidades. Sendo semelhante ao espaço de controlo, o determinante era a ideia de realização de algo até então apenas possível. Esse processo era ambivalente: por um lado, levava à separação entre ideal e material, entre presente e ausente, ou seja, realizando ora um, ora outro; por outro lado, virtualmente estes elementos mantinham-se tensionalmente

mais como ter definição e limitação geográficas, já que a comunidade se forma de acordo com interesses, sentimentos e motivações.

Evidentemente que este modelo de duas vias da comunicação, busca atingir o maior coeficiente de ações, atividades, grupos e movimentos, contudo não é universal e não o pretende ser. Na complexidade do mundo, certamente existem situações que são exceções a este modelo, que se enquadram dentro de processos sociais diversos. Por essa razão, o próximo passo desta investigação relaciona a comunicação pública dentro do processo por parte do Estado e especialmente, quando as comunidades (de privados) ocupam o papel do Estado.

2.3 A comunicação pública como processo social

A comunicação pública é aquela que visa atender os interesses coletivos da sociedade. Deve ser rápida, consciente e conseguir adaptar a mensagem conforme as necessidades dos cidadãos. Temas que são de interesse público, por exemplo, onde encontrar vacinas, como e onde votar, discutir políticas públicas, pagamento de impostos, informações sobre a vida urbana ou rural e uma infinidade de assuntos que compete ao Estado, ao terceiro setor, ou quem estiver assumindo alguma responsabilidade. Como vimos, as temáticas vão da mais básica que serve de organização social até a mais complexa como estrutura administrativa. Atualmente vemos que a população, muitas vezes toma esse compromisso social para si e ajuda órgãos e entidades no compartilhamento da informação de interesse público através das redes sociais online, o que é um ponto muito positivo no meio do extenso mar de informações que ali estão.

A comunicação pública tem origem na comunicação governamental e foi por muitos anos algo distante da população, hoje o governo pode e vem utilizando inúmeras ferramentas que tem aproximado os governos do público, como *lives* nas redes sociais online, *podcast* e outras formas multimídia que possibilitam uma interação muito maior. Ainda que as pessoas que estão no poder, façam estas comunicações e tenham estas

ligados", José Bragança de Miranda, online. Autor que apresenta conceitos associados a leveza da vida, ideologia do híbrido ou da mistura, o desejo de uma plasticidade absoluta.

atitudes possivelmente para aumentar a notoriedade, mesmo assim a aproximação com o público, a possibilidade de discussão pública de certos temas, traz pontos positivos.

O colombiano Juan Camilo Jaramillo López (2011), no livro *Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania*, coloca que a comunicação pública abarca pelo menos cinco dimensões:

a) Política: quando está relacionada à construção de propostas políticas. É conhecida como "comunicação política", mas se inscreve facilmente no contexto mais amplo de comunicação pública.

b) Mediática: quando ocorre no cenário dos meios de comunicação, principalmente, quando está orientada para a gestão de informação e a criação de agenda pública. O jornalismo público ou jornalismo cívico são propostas da comunicação pública no plano mediático. Também é comunicação pública aquela que ocorre em "outros" meios, que se autodefinem como alternativos.

c) Estatal: aquela que possui interações comunicativas entre governo e sociedade. Esta é a dimensão que predomina ao utilizar a expressão "comunicação pública", já que se supõe ser público aquilo que se relaciona com as instituições públicas ou governamentais.

d) Organizacional: em uma organização privada circulam mensagens e interesses de grupos que lutam por impor seus interesses e vontades, em seu interior existe uma "esfera pública" particular. Por essa razão, é possível falar de comunicação pública em uma corporação ou em uma empresa privada.

e) Da vida social: são todas interações comunicativas, que são espontâneas ou não, dos movimentos e também das organizações sociais, onde interagem grupos ou coletividades (López, 2011).

A autora brasileira Maria Helena Weber (2007) apresenta uma classificação diferente da acima proposta, ela especifica a comunicação pública como redes de comunicação social, comunicação política, comunicação do Judiciário, comunicação científica e educacional, comunicação mercadológica, comunicação religiosa e comunicação mediática, atribuindo muito mais vertentes e ampliando o campo de atuação. Ao passo que o francês Zémor define a comunicação pública da seguinte maneira:

1. A comunicação pública deve estar a serviço do interesse público legalmente definido; da instituição ou da empresa em nome da qual se faz a comunicação, na medida em que ela não pode desconhecer o interesse público. As formas de expressão das mensagens não devem ser desviadas para fins particulares.

2. Os comunicadores públicos são responsáveis tanto frente à autoridade pública – organização para a qual eles trabalham – quanto frente aos cidadãos.

3. Os procedimentos da comunicação pública devem considerar seus destinatários como receptores ativos: os cidadãos, sem restrição, pois eles são a essência do interesse público, os homens e mulheres dotados de razão e qualquer pessoa em situação especial.

4. A comunicação pública deve prestar contas a cada pessoa a respeito das informações e das motivações das decisões que lhe concernem.

5. A comunicação pública deve assegurar: a ampla difusão das decisões públicas; que não se privilegiam os destinatários privados, a menos que eles contribuam para uma melhor informação do público; o acesso às informações que as instituições devem disponibilizar no espaço público.

6. A comunicação pública deve intervir, sempre que possível e em ocasiões propícias para a elaboração e a tomada de decisão. Fomentar a explicação no intuito de reduzir as incompreensões, os litígios ou os conflitos e evitar os recursos a sanções.

7. A comunicação pública deve permitir: a manifestação de cada interessado, em qualquer momento de um processo decisório; o diálogo, sempre que um procedimento ou um serviço ofertado ao público pode ser adaptado ou ajustado a uma demanda; o debate, quando uma escolha é colocada aos cidadãos (Zémor, 2012, p. 242).

Já o italiano Stefano Rolando (2010) entende que a comunicação dos Estados e das instituições deveria ser atribuída a três razões fundamentais: não depender totalmente dos media para se comunicar, já que eles fazem a mediação crítica e muitas vezes revelam os problemas; dar importância à necessidade de pertencimento que os cidadãos têm;

conceber-se como uma instituição que deve representar a si mesma. E para o autor, a administração pública tem o direito de com a felicidade pessoal, entendo-a como um sentimento coletivo, que embora seja privado, impacta em comportamentos que por si vão revelar temores e esperanças. Por isso que a felicidade possui um tratamento constitucional, já em 1776, Thomas Jefferson[53] ao escrever "A Declaração de Independência dos Estados Unidos da América", elencou os direitos dos cidadãos: a proteção da vida, da liberdade e a busca da felicidade.

Todas as formas de ver a Comunicação Pública, ao redor do mundo, representado brevemente por alguns autores aqui citados, fazem chegar a um sentido principal de discussão que é posto por Pissarra Esteves (2021) em depoimento sobre a Comunicação Pública. O autor defende que a comunicação pública se fortifica ao comprometer-se com a democracia. Nos países como Alemanha, países nórdicos e Estados Unidos, a comunicação pública nasceu como um instrumento necessário para essa afirmação, o que deu à comunicação um caráter muito sólido em relação ao espírito cívico. Contudo, para Pissarra Esteves, essa não é uma realidade que países como Portugal e Brasil vivenciam, por terem chegado tarde à democracia e por essa razão se colocam questões, tais quais: "por que, em determinados países, ainda se verificam essas hesitações políticas em termos de democracia? Por qual razão, em pleno século XXI, ainda existem movimentos de regressão em relação à democracia?" (Pissarra Esteves, 2021, pág. 228). O autor entende que entre uma série de fatores, para tentar responder essas questões, uma delas é o facto de esses países não terem uma comunicação pública consolidada, quando ela é fraca ou até mesmo perto de ser nula, a democracia sofre as consequências. A comunicação pública se estabelece principalmente a partir do século XVIII, antes da ideia de uma democracia ligada ao sentido de reivindicação de liberdades: de pensamento, de expressão e opinião e junto com movimentos políticos dos séculos XVIII e XIX, estabelece assim uma separação da política mais autoritária, com segredos de Estado e censura. Nascendo desta maneira o princípio da transparência, vista também como *accountability*[54], que fortaleceu a comunicação pública (Pissarra Esteves, 2021).

Pissarra Esteves (2021) acrescenta que hoje a realidade é muito mais complexa, a comunicação pública passou por uma mudança em termos estruturais e passou a ser

[53] Foi o terceiro presidente dos Estados Unidos, conhecido pela sua promoção dos ideais do republicanismo nos Estados Unidos.

[54] Prestação de contas. Responsabilidade ética.

utilizada como forma de presença na sociedade. Se antes a sociedade civil impunha ao Estado o dever da transparência, agora o próprio Estado (junto com públicos interessados) promove a comunicação pública, buscando defender sua posição e assim beneficiar-se. Deixando de haver uma comunicação focada no bem comum e estabelecendo uma comunicação que visa o próprio bem. Por vezes, com a ideia de passar uma impressão de transparência, como se as informações passadas fossem credíveis, mas que não passa de ilusão. É nessa ambivalência, que a comunicação pública se constitui como algo que necessita discussão. Segundo Pissarra Esteves (2021), na última década, passamos por um período marcado por muitos movimentos políticos, que quando não alcançaram o poder, conseguiram mostrar sua força (ver capítulo 4). Neste contexto, a comunicação pública também é essencial, pois ao analisar a eleição de Donald Trump[55], por exemplo, é possível ver que um governo autoritário assumiu o poder, mas não teve sucesso em desfazer a lógica democrática, a comunicação pública foi o palco dessa luta política, exercendo papel fundamental, no que concerne a um fortalecimento da democracia e com isso fazendo com que as forças autoritárias perdessem espaço. Outro caso, citado por Pissarra Esteves (2021) foi a divulgação dos dados da Covid-19 no Brasil, que teve uma comunicação pública equivocada, manipulada e subnotificada[56], forçando a imprensa e os media a realizar um trabalho de forma a tentar informar a população e amenizar o problema, que ainda foi agravado com as *fake news*. A banalização do mal[57] faz com que se esqueça que as *fake*

[55] Ver livro: *A Morte da Verdade – Notas Sobre a Mentira na Era Trum*p, (2018), de Michiko Kakutani. Na obra, a autora afirma que Trump "mente de forma tão prolífica e com tamanha velocidade que o 'Washington Post' calculou que ele fez 2.140 alegações falsas ou enganosas no seu primeiro ano de governo — uma média de quase 5,9 por dia.

[56] Segundo o estudo Excesso de mortes durante a pandemia de Covid-19:subnotificação e desigualdades regionais no Brasil (de autoria dos pesquisadores Jesem Douglas Yamall Orellana, Geraldo Marcelo da Cunha, Lihsieh Marrero, Ronaldo Ismerio Moreira, Iuri da Costa Leite e Bernardo Lessa Horta), o Brasil é um dos países mais afetados pela pandemia de Covid-19 e o real número de mortes pela doença torna o cenário ainda mais desafiador. A finalidade do estudo foi estimar o excesso de mortes e suas diferenças em adultos com 20 anos e mais em Manaus (Amazonas), Fortaleza (Ceará), Rio de Janeiro e São Paulo, de acordo com o local de ocorrência do óbito, características demográficas e trajetória ao longo do tempo. A elevada porcentagem de mortes excedentes, de mortes não explicadas diretamente pela Covid-19 e de mortes fora do hospital sugerem alta subnotificação de mortes por Covid-19 e reforça a extensa dispersão do Sars-CoV-2, como também a necessidade da revisão de todas as causas de mortes associadas a sintomas respiratórios pelos serviços de vigilância epidemiológica (Portal FIOCRUZ, 2021, 09 de fevereiro).

[57] Banalidade do mal é uma expressão criada por Hannah Arendt (1906-1975), em seu livro "Eichmann em Jerusalém", no subtítulo "um relato sobre a banalidade do mal". A banalidade do mal é o fenômeno da recusa do caráter humano do homem, alicerçado na negativa da reflexão e na tendência em não assumir a iniciativa própria de seus atos. O campo ético é "engolido" pela visão limitada e empobrecida dessa relação, está, portanto, instalado o estado de banalização do mal, no qual nem a violência ou a agressividade perturbam a ordem social. Partindo desse pressuposto, é possível compreender como a sociedade consegue se manter mesmo diante de situações caóticas, como foi o nazismo. Dizer que nossa época é pobre de pensamentos, significa dizer que estamos presos em um modelo de organização social no qual não há interação com a

news são mentiras, o que se mostra um desafio dentro da desinformação. O jornalismo que vinha sofrendo um descrédito, voltou a ser valorizado na pandemia, já que era necessária uma confiança de que a informação recebida era verdadeira. Pissarra Esteves também argumenta que a comunicação pública, para quem atua na área, tem cada vez mais uma dimensão técnica, mas a sua base revela uma dimensão ética, moral e regras sociais (Pissarra Esteves, 2021).

Seja através de Lopéz, Weber, Zémor, Rolando ou Pissarra Esteves, todos estes conceitos apresentados, conversam entre si e se complementam, não são opostos e colocam a comunicação pública como chave de um processo social. Também entendem a comunicação pública, ainda que por vezes indiretamente, como um indicador da qualidade da democracia, na medida que as questões centrais do Estado, suas práticas e ações encontram o interesse público. Independentemente da interpretação, para uma comunicação pública eficaz será necessário estratégia, planejamento, customização, adaptação ao público e é nesse momento que a comunicação pública encontra a comunicação estratégica.

2.4 A comunicação estratégica nas mobilizações online

Nos grupos podemos encontrar a comunicação em vários níveis. Existe no mundo corporativo uma ideia generalizada de que as organizações só poderão sobreviver se elas forem vistas de forma positiva pelas partes interessadas. Para isso estruturam sua gestão e suas estratégias de comunicação de forma a proteger e propagar a sua reputação entre os públicos. Cornelissen (2011) indica que as fronteiras entre a organização e o público externo é aproximado por diferentes tipos de comunicação organizacional, como a comunicação interna, o marketing e as relações públicas. Desta maneira, proporcionando uma comunicação mais direta e mais dinâmica, que permite às organizações estreitar laços e captar novos públicos. São possibilidades em que as empresas podem falar de uma forma autêntica, envolvendo os participantes de maneira interativa e, inclusive, podem capacitá-los a tornarem-se verdadeiros defensores da organização (Cornelissen, 2011).

subjetividade do outro. Nossa percepção do que é ser humano está limitada pelo movimento de alienação e banalização do mal (Site/Blog Não me Kahlo, 2020, 15 de junho).

> Uma estratégia de comunicação envolve a formulação de uma posição desejada para a organização em termos de como ela deseja ser vista por seus diferentes *stakeholders*.[58] Com base em uma avaliação da lacuna entre como a empresa está atualmente sendo vista (reputação corporativa) e como quer ser vista, uma estratégia de comunicação específica e/ou uma intenção estratégica, sobre a qual possíveis cursos de ações são formuladas, avaliadas e eventualmente escolhidas. (Cornelissen, 2011, p. 131 – tradução livre do original).[59]

Nesse mundo competitivo e mutante, as estratégias devem observar também que as organizações precisam se comunicar com os diversos públicos ao seu redor de forma quase que imediata. Pensar a gestão deve ser um processo cuidadoso em função da complexidade dos elementos envolvidos nesse processo. O silêncio também comunica e pode significar discordância ou desqualificação. Para tentar resolver isso, há a publicação de informações na internet, fator que permite que as atividades de relações públicas estejam presentes e disponíveis 24 horas por dia. Por este meio, os públicos interessados podem conhecer mais e melhor uma organização, a qualquer hora. Relacionar-se com a comunidade exige contatos e disponibilidade para dialogar com pessoas de diferentes níveis e culturas. É um processo de conquista de confiança. A agilidade e a abrangência dos meios de comunicação atuais impedem que uma empresa consiga construir duas imagens distintas: uma para a comunidade e outra para os demais *stakeholders* (grupos de interesse). Nas organizações micro ou em um grupo online, os stakeholders podem ser, por exemplo, internos (relacionado aos demais participantes), os media, outras organizações e grupos similares, o público externo (que por sua vez também pode ser subdividido em categorias) e etc (Kunsch & Kunsch, 2007).

---

[58] Partes interessadas, tradução livre do original.

[59] No original: *A communication strategy involves the formulation of a desired position for the organization in terms of how it wants to be seen by its different stakeholder groups. Based upon an assessment of the gap between how the company is currently seen (corporate reputation) and how it wants to be seen (vision), a communication strategy specifies a strategic intent, on which possible courses of action are formulated, evaluated and eventually chosen.*

Se é pretendido dizer quais efeitos terão determinadas atitudes em um projeto de comunicação, ter-se-á que entender como é que a pessoa recebe a mensagem, como ela compreende a informação recebida, o que é identificado através de pesquisas de opinião, por exemplo. A comunicação tem um poder de expressão tão forte que pode mudar comportamentos e, pode determinar o tipo de participação do público e a eficiência dos programas de ações das organizações. As sensações, as palavras e as imagens são fundamentais no processo comunicacional (Kunsch & Kunsch, 2007).

Público em relações públicas (que se articula com a comunicação estratégica) é:

> O agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou grupos sociais organizados, com ou sem contiguidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto a solução ou medidas a serem tomadas diante dele; com ampla oportunidade de discussão e acompanhando ou participando do debate geral, por meio da interação social ou dos veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletiva, que permitirá a ação conjugada (Andrade, 1989, p. 41).

Se antigamente quando se pensava em público, tinha-se uma ideia padrão e delimitada, atualmente essa concepção se modificou completamente porque hoje os públicos são bastante flexíveis, mistos e sem necessidade de estabelecer um padrão. Existe a possibilidade de uma identidade se espalhar em várias redes de interações (ver próximos 2 subcapítulos), não se divide, e sim, soma. Dentro de uma ideia “não é porque sou isso, que não posso ser aquilo”. Participar de um projeto, não significa deixar de participar de outro e é desta maneira que vai se construindo o pensamento coletivo, que se forma durante esse processo de comunicação e interatividade com vários grupos nas redes online (Scherer, 2016).

Qualquer organização, grupo ou movimento pode criar estratégias de comunicação diferentes de acordo com o público em questão. Ou seja, para comunicar com os media qual é a estratégia, com o público interno, com o público externo e assim por diante. Existem diversas teorias para a comunicação, uma delas é dos 7 C’s da Comunicação,

apresentados por Cutlip e Center em 1952, no livro *Relações Públicas Eficazes*. Os 7 C´s[60] para uma comunicação eficaz são:

- Completa: Ao trazer uma mensagem completa, a audiência tem todas as informações necessárias, que seja entendida do início ao fim. Se faltarem dados importantes, não será uma comunicação eficiente.
- Concisa: Ser conciso é ser breve, delimitar a mensagem somente no assunto em questão. Frases longas, são mais dificilmente compreendidas. Deve ser conciso sem deixar de dizer o necessário.
- Coerente: É garantir que a mensagem tenha conexão com o assunto principal, garantir que o sentido não se perca, seguindo uma lógica de início, meio e fim.
- Concreta: Significa passar uma imagem clara do que está a comunicar, é possível incluir detalhes, mas não dando margem para incertezas.
- Cortês: Uma comunicação amistosa e gentil, escrita em bom tom trará mais possibilidades de ser ouvido pela audiência.
- Clara: Ser capaz de passar o propósito da mensagem com clareza, falar ou escrever demasiado pode prejudicar a mensagem.
- Correta: Ter cuidado com a gramática e ortografia, além disso, adaptar a linguagem para cada público e situação.

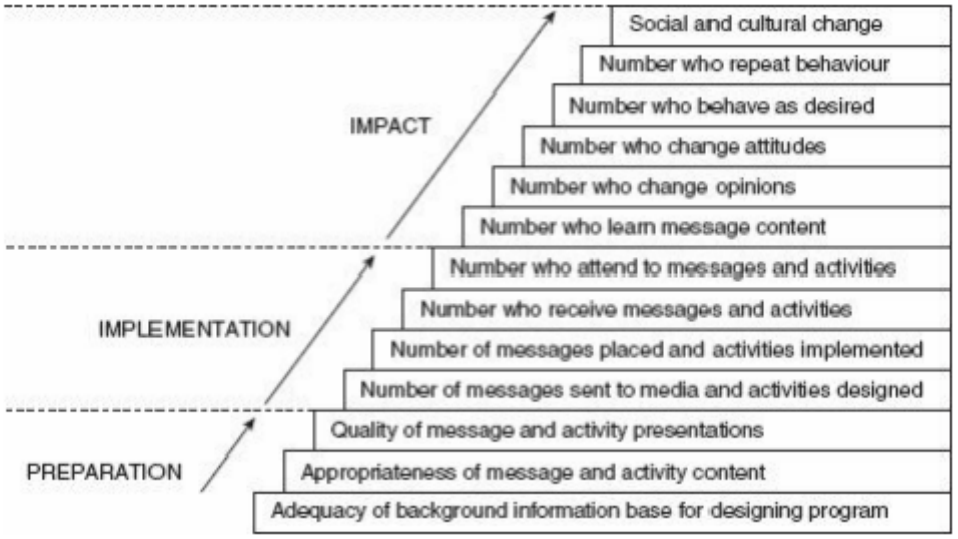
Com vistas a isso, os mesmos autores também apresentam uma tabela para medir a ação, através da construção da estratégia, apresentando suas etapas desde a preparação, implementação e impacto. Sabe-se que é impossível medir com exatidão o impacto, mas a Figura 01 mostra que é possível indicar um caminho, quase um passo-a-passo do processo.

[60] No original:

01 - *Completeness; 02- Conciseness; 03- Consideration; 04- Concreteness; 05- Courtesy; 06 -Clearness; 07 - Correctness.*

Figura 01

Fases e níveis de avaliação



Nota. In Cutlip, S.M., Center, A.H. & Broom, G.H. (2000), *Effective Public Relation.* 8th edition. 2000. Printed and electronically reproduced by permission of Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

Numa tradução livre dos itens expostos na Figura 01 “Fases e níveis de avaliação”:

Preparação:

a) adequação da base de informações de fundo para desenhar o programa;

b) adequação da mensagem e do conteúdo da atividade;

c) qualidade das apresentações de mensagens e atividades;

Implementação:

d) número de mensagens enviadas para os media e atividades projetadas;

e) número de mensagens colocadas e atividades implementadas;

f) número de recebimento das mensagens e atividades;

g) número de comparecimento à mensagem e atividades;

Impacto:

h) número que aprendeu o conteúdo da mensagem;

i) número que mudou de opinião;

j) número que mudou atitudes;

k) número que se comporta como desejado;

l) número de pessoas que repetem o comportamento;

i) mudança social e cultural.

O quadro exposto (Figura 01) apresenta uma lógica e um caminho que pode perfeitamente ser seguido como base para a estratégia, por qualquer grupo, movimento, organização, empresa e etc. Apesar de ser um quadro com propósito de avaliação, também serve para entender o passo-a-passo do que se busca em muitos casos, especialmente em movimentos e organizações. Através dele é possível elaborar estratégias e comunicar de acordo com o que é pretendido. Margarida Kunsch e Waldemar Kunsh (2007) referem que em um mundo plural, que muda constantemente e que é competitivo, gerir de forma adequada a comunicação, garantindo uma boa emissão dos interlocutores deve ser algo cuidadosamente administrado. Por isso as organizações precisam comunicar com seus públicos de forma transparente e imediata.

Caso os objetivos sejam simples, a criação da estratégia é facilitada, mas em outras situações a credibilidade da imagem construída pela organização pode ser fator determinante para o sucesso ou o fracasso dos seus objetivos, especialmente a longo prazo. A reputação da organização/de uma comunidade é ponto essencial para a construção de uma estratégia coerente. Também é relevante considerar o facto de que os públicos-alvo conversam entre si, e deste modo, as organizações podem trabalhar um público, para chegar a outro (Argenti, 2006).

> Todo ser humano é o produto socializado de determinado meio e não há qualquer possibilidade de nos referirmos a uma dinâmica humana nas organizações sem conhecer a cultura e a sociedade onde a organização se encontra. As fronteiras nacionais desaparecem, enfatizando globalizações, desigualdades, rivalidades, cooperação e outras lógicas econômico-financeiras. A mundialização das trocas a que assistimos contribui, via multinacionalização das organizações e movimentos migratórios, para a desestabilização das identidades coletivas, redefinindo universos culturais, imaginários e indicando o surgimento de uma nova configuração da dinâmica humana nas organizações (Kunsch, 2004, p. 41).

Por fim, Henry Mintzberg, que em 1979, no livro *The Structuring of Organizations*,[61] se tornou popular em muitos países ao apresentar o seu modelo de Estruturas Organizacionais e através dele analisar as organizações nos contextos em que estas estão inseridas. Mintzberg (2005) compreende que toda atividade humana organizada, seja qual a sua natureza, acarreta em duas atividades que considera fundamentais e opostas, justamente a divisão do trabalho em várias tarefas e a coordenação das mesmas. Para ele, a organização deve ser responsável por elaborar, manter, disseminar e interiorizar suas ideologias e doutrinas, entendendo a ideologia como a "parte viva" de qualquer organização, deixando claro que estas crenças se referem à própria organização e não as crenças da sociedade. Apesar da relevância de seus estudos organizacionais e da também conhecida Teoria dos 5 P´s[62], é opção finalizar este subcapítulo com o que Mintzberg diz em seu livro mais recente: *Renovação radical, uma estratégia para restaurar o equilíbrio e salvar a humanidade e o planeta*. Neste, o autor afirma que as instituições, estão embasadas em um modelo heroicizado de liderança, em que os dirigentes estão longe daqueles que "fazem o produto", sugerindo então que esse tipo de liderança, seja alternada para uma gestão engajada. A organização será então uma rede interativa, com várias pessoas resolvendo pequenos problemas, encontrando soluções e elaborando estratégias. Mintzberg (2015) fala sobre o setor plural, que junto com os setores

[61] A Estrutura das Organizações, tradução livre.

[62] Mintzberg escreveu pela primeira vez sobre os 5 Ps da Estratégia em 1987. Cada um dos 5 Ps é uma abordagem diferente da estratégia. São eles: Plan (Plano); Ploy (Manobra); Pattern (Padronizar); Position (Posição); Perspective (Perspetiva). Assim, ao entender cada P, você pode desenvolver uma estratégia comercial robusta que aproveita ao máximo os pontos fortes e os recursos da sua organização.

público e privado, pode ajudar a alcançar o reequilíbrio dos sistemas econômico e político da sociedade, coisa que ele considera ser urgentemente necessária. Nesse sentido, somente os movimentos sociais capazes de provocar alguma mudança na opinião pública, serão bem-sucedidos: "(...) nosso mundo está perigosamente fora de equilíbrio e exige uma renovação radical. As pessoas terão de fazer isso. Não são 'eles'. Você e eu, individualmente e em conjunto" (Mintzberg, 2015, p. 114).

2.5 - Redes sociais na internet

A internet continua em constante evolução e é isso que nos permite continuar chamando os novos media de "novos". É um tema que não está e nem estará fechado nos próximos anos. Pelo contrário, a maioria dos debates justamente vêm colocar em causa os caminhos traçados em relação ao futuro da internet. Usos inovadores vão moldando novas formas de exercer a atividade online e novas realidades, profissões e hábitos vão surgindo. Facto é que já estamos acostumados a nos readaptar e a reutilizar novas tecnologias, conforme elas vão evoluindo. Os artefactos técnicos são lançados e já sabemos que são temporários, porque não tardará um novo artefacto aparecer e substituir o anterior. Até mesmo as redes sociais oscilam, por algum tempo uma está em alta, até que uma nova apareça e atraia o interesse. A fluidez com que tudo se move e se altera impressiona e tem um impacto indiscutível (Feenberg, 2017).

Com a transformação das tecnologias de informação e comunicação, desde as décadas de 1950 e 1960 e a revolução da microeletrônica, a rede foi sendo cada vez mais potencializada (Castells, 2013). Existe uma relação dialética entre tecnologia e civilização. O sentido da tecnologia está relacionado com as intenções dos usuários. Uma inovação tecnológica, gera novos usos, que se reinventam e adaptam conforme as necessidades dos utilizadores. Existe um novo momento comunicativo que Castells chama de "autocomunicação de massas"[63], e é neste âmbito que se desenvolvem as estratégias de

[63] "Autocomunicação porque traz autonomia na emissão de mensagens, autonomia na seleção da recepção de mensagens, autonomia na organização de redes sociais próprias e na organização de um hipertexto cognitivo e formativo em que estão todas as informações digitalizadas". E, para explicar como essa autocomunicação assume as características de mídia "de massas" afirma que "se pode alcançar potencialmente uma audiência massiva" (Bressane, T. 2013, 26 de junho. Fronteiras do pensamento).

poder no século XXI. Partindo da ideia pressuposta de que a comunicação é o espaço de poder, contudo, são os cidadãos que determinam o conteúdo desse poder. O autor clarifica que existe possibilidade de organizar redes horizontais de comunicação, que ao seu momento, fazem crescer o espaço de auto-organização de pessoas (Del Bianco, 2011).

Castells (2005), porém, faz um esclarecimento importante, ao dizer que as redes são seletivas porque conseguem tanto comunicar, como não comunicar, na medida que a sociedade em rede[64] existe em todo o mundo, mas não inclui todas as pessoas. No início do século, ela excluía a maior parte da humanidade, que não tinha acesso a ela, embora toda a sociedade seja afetada pela sua lógica, pelas relações de poder e organização social decorrente dela.

Até mesmo as noções de espaço e de tempo, em praticamente todos os aspectos da nossa vida, tornaram-se fluidas. Vemos os relacionamentos amorosos e até a morte de forma diferente, totalmente influenciados pela tecnologia e a Internet.

> Oferecendo a Internet ao mundo, a comunidade científica lhe ofertou a infraestrutura técnica de uma inteligência coletiva que é, sem dúvida, sua mais bela descoberta. Ela transmitiu assim para o resto da humanidade sua melhor invenção, aquela de seu próprio modo de sociabilidade, de seu tipo humano e de sua comunicação. Essa inteligência coletiva[65] refinada há séculos é perfeitamente encarnada pelo caráter livre, sem fronteiras, interconectado, cooperativo e competitivo da Web e das comunidades virtuais (Lévy, 2001, p. 79).

As redes são definidas por Anthony Giddens e Philip W. Sutton, como um "Conjunto de vínculos informais e/ou formais que conectam as pessoas entre si, seja em

---

[64] O autor propõe o conceito de capitalismo informacional, e constrói seu raciocínio partindo da história do forte desenvolvimento das tecnologias a partir da década de 1970 e seus impactos nos diversos campos das relações humanas. A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes.

[65] A inteligência coletiva é uma expressão popularizada por Pierre Lévy, que diz respeito aos impactos da tecnologia na nossa sociedade e na forma como nos comunicamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos. A inteligência individual torna-se coletiva quando cada pessoa, dentro das particularidades de sua vida e de sua visão de mundo, compartilha os seus saberes com o outro, já que o somatório de diferentes saberes produz um grupo capacitado.

formas de organização mais livres ou na vida social" (2017, p. 199). Pode-se dizer que as ideias de Georg Simmel,[66] no início do século passado, em relação a mudança nas formas sociais como díades e tríades,[67] levaram a um estudo sobre redes sociais muito mais complexo. Ainda que as redes em si, sejam uma forma muito antiga de associação humana, para alguns sociólogos, a rede se destaca com a intervenção da tecnologia, que possibilitou uma nova estrutura organizacional na sociedade atual. O facto de a tecnologia permitir a rede, uma maior adaptabilidade e flexibilidade, proporciona muitas vantagens em comparação a vida anterior. Atualmente as redes, agora online, são utilizadas em vários âmbitos da vida, inclusive nas empresas. Os avanços em tecnologia, acabaram por tornar as redes mais eficientes do que as burocracias (Giddens & Sutton, 2017).

Conforme Dahlgren (2015), os entusiastas elogiam o potencial democrático dos media sociais (por exemplo, Castells, 2010; Jenkins, Ford & Green, 2013), enquanto os céticos ressaltam as limitações desses media na promoção da participação (por exemplo, Couldry, 2014; Fuchs, 2014; Hindman, 2009). A utilização de meios digitais para finalidades antidemocráticas é também fortemente discutida por alguns autores (notavelmente Morozov, 2011). Outros ressaltam como diferentes circunstâncias podem ter impacto variável a esse respeito (van Djick, 2013; Gerbaudo, 2012; Lievrouw, 2011). Para Dahlgren (2015), às plataformas de media sociais permitem não apenas uma ampla gama de práticas, mas também que as pessoas se apropriem das tecnologias para fins e estratégias sempre novos, incluindo políticos:

[66] Georg Simmel (1858-1918) dizia que o ser humano interage por diferentes motivos: "convivência, em ação conjunta, em correlação de circunstâncias com outros homens; é decidir que exerça influência sobre eles e por sua vez, recebe (influência) deles." (1986, p. 16 como citado em Primo, 2007, p. 76).

[67] Simmel considerava a interseção das duas lógicas, bivalente e trivalente. Para o autor, o terceiro elemento interrompia a interação dos dois elementos da díade e transformava-a em um todo social, um "nós".

> Em comparação com apenas duas décadas atrás, hoje existem mais tipos de atores e forças se fazendo sentir. Hoje, muito jornalismo se origina com não jornalistas: um estrato emergente de mediadores da comunicação profissional está alterando a maneira como o jornalismo é feito e a maneira como a comunicação política tem lugar. *Spin doctors*,[68] especialistas em relações públicas, consultores de media e consultores políticos, usando as técnicas de propaganda, pesquisa de mercado, relações públicas, e análise de opinião têm entrado na briga para ajudar os atores políticos e as elites económicas a moldar as suas estratégias de comunicação (Dahlgren, 2009, p. 48).

Hoje, muitas pessoas podem compartilhar a mesma informação ou as mesmas experiências, simultaneamente. E o caráter instantâneo dos media acelera o ritmo da comunicação, com uma frequência de dados em movimento gigante. É especialmente a capacidade de "comunicação horizontal" que é primordial para que haja interação cívica. Tecnológica e economicamente, o acesso à internet (e outras tecnologias, como telefones móveis) têm ajudado a facilitar o crescimento de grandes redes digitais de ativistas. Nas alterações feitas pelas indústrias de media, nos padrões socioculturais e em modos de engajamento político é que podemos começar a vislumbrar novas tendências na esfera pública, em que a Internet faz claramente a diferença (Dahlgren, 2009).

Algumas ações acima mencionadas nascem no online, mas quando ela sai do online para ações diretas no offline é que as comunidades acabam por se tornar mais perceptíveis na nossa vida. Dahlgren (2015), diz que a web por si só não salvará a democracia. No entanto, apesar de todas as dificuldades e contingências, ela é absolutamente essencial para a participação política no mundo moderno, especialmente através das redes sociais online.

As redes sociais digitais possuem características que acabam por gerar uma nova maneira de conversar, mais pública e coletiva, a conversação em rede. Essas conversas hoje são responsáveis pela vida no ciberespaço, seja espalhando informações e memes, influenciando a cultura, debatendo política, organizando protestos online, situações que acompanham a vida pública. Para Recuero, (2012) é nessa forma de conversação que a

[68] O *spin doctor* pode ser considerado um profissional que faz uma projeção positiva para o espaço público de um indivíduo ou ação específicos. Especialista em criar um aspecto favorável aos acontecimentos.

nossa sociedade e por conseguinte, nossa cultura, está sendo constantemente reinterpretada e reconstruída. Deste modo, é relevante primeiramente destacar que esta conversação é mediada por dispositivos técnicos, ao qual a sociedade se apropria para uma finalidade social. As conversações privadas se realizam dentro de um espaço delimitado (como o WhatsApp), fechados, em que só os participantes possuem acesso ao conteúdo desta ação. Já as conversas públicas, podem ser vistas por todos que possuam acesso àquele site ou ferramenta. No ambiente virtual, as pessoas não se conhecem de maneira imediata, é necessário que a presença seja construída através da identidade que o indivíduo entenderá que faz a "representação do eu", ou seja como ele pretende organizar o seu perfil e evidenciar (por vezes até mentir) sobre si mesmo. Criando uma *persona*[69], que não necessariamente é coerente com a personalidade verdadeira, já que o perfil representa aquele indivíduo. Esta presença constituída continua disponível a ser acessada e a receber comentários mesmo se o indivíduo não estiver conectado (Recuero, 2012).

Atuar no ciberespaço faz com que se criem laços. Recuero (2014) diz que os laços fracos, caracterizam-se por aquelas conexões que não possuem muita proximidade e nem intimidade, já os laços fortes, de forma oposta, são aqueles que além de íntimos e próximos, existe uma intenção de manter uma conexão com a outra pessoa. A autora (2012) explana a ideia de Granovetter[70] (1973, p. 1.361):

> A força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos que caracterizam um laço. (…) os laços fracos são importantes também porque conectam os grupos, constituídos de laços fortes, entre si. Laços, portanto, não apenas conectam os atores na rede social, mas também são importantes vias de circulação de informações nessas ferramentas (como citado em Recuero, 2012, p. 129).[71]

---

[69] Segundo Carl Jung (fundador da psicologia analítica), a persona refere-se à personalidade que o sujeito apresenta aos demais como sendo real, no entanto pode ser uma versão muito contrária à verdadeira. No Marketing, é a representação simplificada dos clientes ideais de uma empresa.

[70] *The Strength of Weak Ties* (A força dos laços fracos, tradução livre).

[71] Com base na circulação de informações mencionada por Granovetter, convém mencionar que as redes sociais online também facilitam as cascatas de informação, ou seja, quando um indivíduo toma uma decisão baseado na percepção de comportamento de outros indivíduos e assim sucessivamente, isso vai ocorrendo

Contudo, Raquel Recuero (2012) entende que essa distinção entre laços fortes e fracos é reducionista, apesar de ser bastante conhecida. Argumenta que essa definição leva os indivíduos a crer que um laço seria sempre forte ou sempre fraco, quando na verdade, ele depende do tempo, da quantidade e até mesmo da qualidade da relação/interação relativo àquela conexão. Um laço pode mudar de posição. Em 2014, a autora também menciona os laços mantidos à distância e como o desenvolvimento tecnológico modificou e possibilitou que a manutenção desses laços sociais seja feita com bastante flexibilidade. Em 2015, Recuero apresenta o trabalho de Everett e Borgatti (2014)[72], onde os autores discutem outra perspetiva dos laços, que chamam de "laços negativos", que se caracterizam por serem antagonistas, ou seja, relações conflituosas, sentimentos e comportamentos negativos. Estes laços teriam consequências negativas, como os boatos. Esta distinção atenta para a qualidade dos laços e evidencia que os laços negativos também podem ser analisados nas redes sociais online.

A rede apresenta características que podem ajudar na definição de públicos estratégicos, conforme definição de Henriques (2005): a) plasticidade: se resume no facto de a rede ser dinâmica e possibilitar fácil adaptação; b) permanente atualização: sempre incorporando novos elementos e c) mobilidade do centro: deslocar o centro de referência da rede para vários pontos. Essas características favorecem as mobilizações sociais online, porque permitem a incorporação de novos membros, a manutenção pode ser constante, o grupo pode ser ampliado, e a possível modificação na sua estrutura ao passar do tempo, não altera os valores que motivam o movimento.

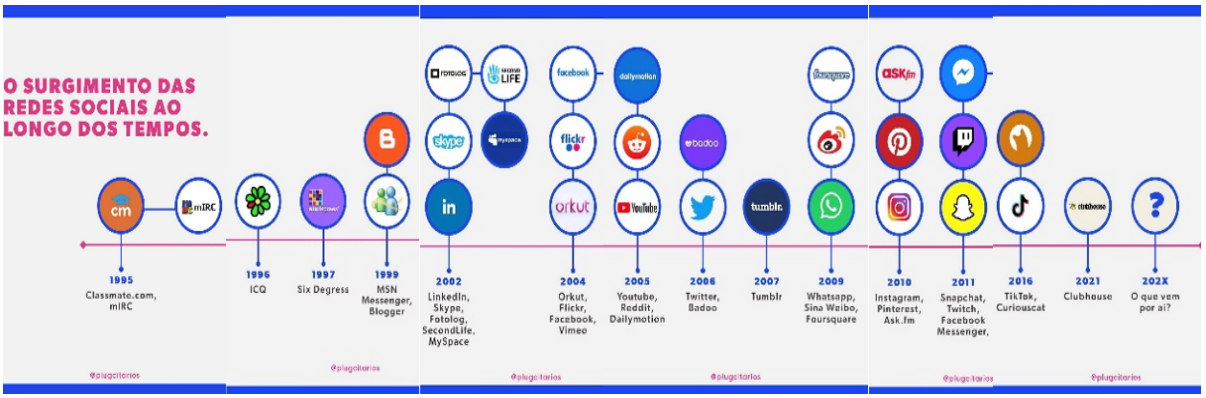
Nessa conjectura, é importante salientar alguns dados sobre as redes sociais online, a começar pela sua história. Como se vê na Figura 02, elas nascem em 1995 com o Classmate e várias são criadas com pretensões diferentes: trabalho, jogos, relacionamento, fotos; até se chegar a última rede social nascida (até então) em 2021, que é a Clubhouse, na qual é necessário um convite para participar.

"em cascata" com os indivíduos posteriores, gerando comportamentos de grupos ou de rebanho (Recuero, 2012).

[72] *Networks containing negative ties* (Redes contendo laços negativos, tradução livre).

Figura 02

Progressão histórica das redes sociais online

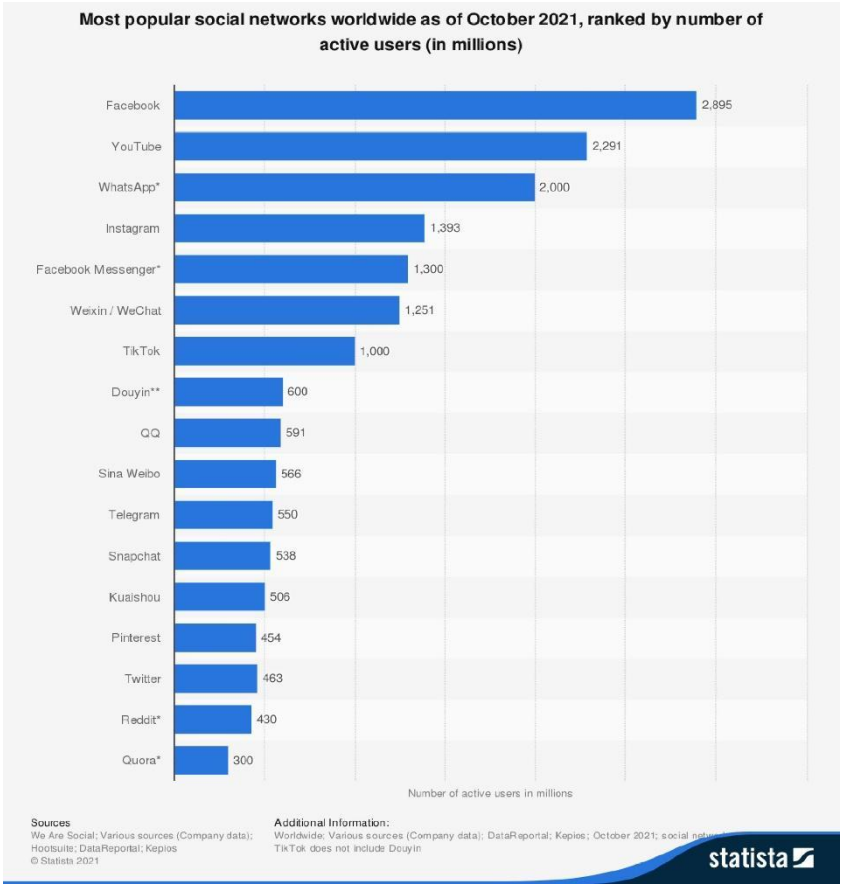


Nota. Adaptado pela autora do Instagram Plugcitários (@plugcitarios).

De acordo com a empresa alemã Statista (statista.com), especializada em dados de mercado e de consumidores, o Statista Global Consumer Survey oferece informações, incluindo dados sobre a popularidade de plataformas sociais selecionadas entre os usuários da Internet, assim como atividades comuns realizadas nessas plataformas, podendo selecionar as variáveis desejadas para análise. Através dessa plataforma foi possível verificar que em 2020, as redes sociais atingiram a marca de 49% de penetração global, sendo que o Leste Asiático assume a primeira colocação com 71%, a América do Norte em segundo com 69% e a Europa em terceiro, com 67% de penetração. As redes sociais líderes são aquelas que normalmente possuem um grande número de contas de usuários ou então métricas de engajamento mais altas. As redes sociais mais populares (por número de usuários) no mundo em 2021, estão apresentadas no quadro correspondente a Figura 03:

Figura 03

10 redes sociais online mais utilizadas no mundo em 2021



Nota. Fonte: Statista.com.

O Facebook é o líder absoluto em popularidade e número de usuários no mundo, e é a primeira rede social a ultrapassar a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês. Ocupando o segundo lugar o YouTube e em quarto lugar, o Instagram, com 1.2 bilhão de usuários (contudo o Instagram é a rede que está em maior crescimento). O TikTok vem em 7º lugar no mundo (em 4º lugar no Brasil) e o Twitter, que é uma ferramenta muito usada por jornalistas e por políticos, aparece muito atrás no ranking mundial (ocupa a 10º posição no Brasil). Para saber um pouco mais:

- Facebook: foi criado em 2004, originalmente para ser um meio para a rápida conexão sobre interesses comuns entre alunos da Universidade de Harvard (EUA), é um legítimo sistema comunicacional que foi se transformando.

- Youtube: é uma rede social de compartilhamento de vídeos, lançada em 2005. Atualmente o YouTube conta com mais de 1 bilhão de usuários, o que representa quase um terço da internet. Além disso, a plataforma está presente em 88 países e disponível em 76 idiomas diferentes. Por dia, são assistidas um bilhão de horas de vídeos no site e se transformou em uma parte da cultura digital atual.
- Instagram: foi criado nos Estados Unidos, em 2010, neste aplicativo é possível tirar fotos e vídeos com o telemóvel, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com seus amigos. Entre os usuários do Instagram, a participação dos brasileiros é maior que a média global. A plataforma que tem mais de 1 bilhão de usuários ativos por mês, mais recentemente, relatou 500 milhões de usuários ativos por dia para seu recurso *Stories*.[73]
- Twitter: foi criado nos Estados Unidos, em 2006. A ideia inicial dos fundadores era que o Twitter fosse uma espécie de "SMS da internet" com a limitação de caracteres de uma mensagem de celular. Além disso, uma das principais ferramentas do Twitter, os *Trending Topics*,[74] disponibiliza aos usuários os assuntos mais falados do mundo no momento.

Outros aplicativos e redes sociais líderes, incluindo WhatsApp, Facebook Messenger e WeChat, também são canais sociais populares para usuários online, mas são focados em conversações.

O potencial de mercado das redes sociais ainda está a aumentar, já que não apenas os números de utilizadores, mas também o engajamento dos mesmos continua a crescer. Em uma média atual, os usuários globais da Internet gastam cerca de 144 minutos por dia somente em redes sociais online.[75] Isso faz com que as marcas mundiais e seus profissionais de marketing usem esse tempo e espaço na tela para promover vários produtos e serviços por meio do marketing digital e publicidade. Importante destacar também a migração para as plataformas móveis. Os aplicativos para smartphones e tablets, facilitaram a presença constante de redes como Twitter, Instagram ou Snapchat, que possuem a premissa da instantaneidade. Além disso, outros tipos de aplicativos aumentaram os serviços baseados em outras funções, como a da localização, que é o caso

[73] Histórias, tradução livre.

[74] Tópicos em alta, tradução livre.

[75] Affde. (2021, 06). *Quanto tempo a pessoa média gasta nas redes sociais?* [Blog]. https://www.affde.com/pt/how-much-time-does-the-average-person-spend-on-social-media.html

do Foursquare,[76] e também permitiu que os usuários acessassem facilmente o Tumblr[77] e Pinterest,[78] que funcionam como *blogging*.[79]

Na Internet, a cada minuto, 147 mil fotos são publicadas no Facebook, 347 mil novos *Stories* são postados no Instagram e 41 milhões de mensagens são enviadas no WhatsApp. Os dados são da Domo, que é uma empresa especializada em computação na nuvem, na edição 2020 do infográfico Data Never Sleeps ("Dados não dormem nunca", em tradução livre). Também tiveram destaque: o ganho em popularidade do TikTok e a crescente importância do Zoom em tempos de pandemia. Além disso, a pesquisa revela que o mundo gasta US$ 1 milhão por minuto em compras. Na prática, cada usuário fica conectado à web mais de 100 dias por ano, ou 40% do tempo em que está acordado, considerando uma noite de sono diária de 8 horas por dia.[80] Na Figura 04, é possível observar outro estudo nesse sentido, que revela dados ainda maiores em termos de quantidade de atividade.

[76] Rede que permite ao utilizador indicar onde se encontra e buscar por contatos seus que estejam próximo desse local.

[77] É uma plataforma que permite aos usuários publicarem textos, imagens, links, áudios e etc.

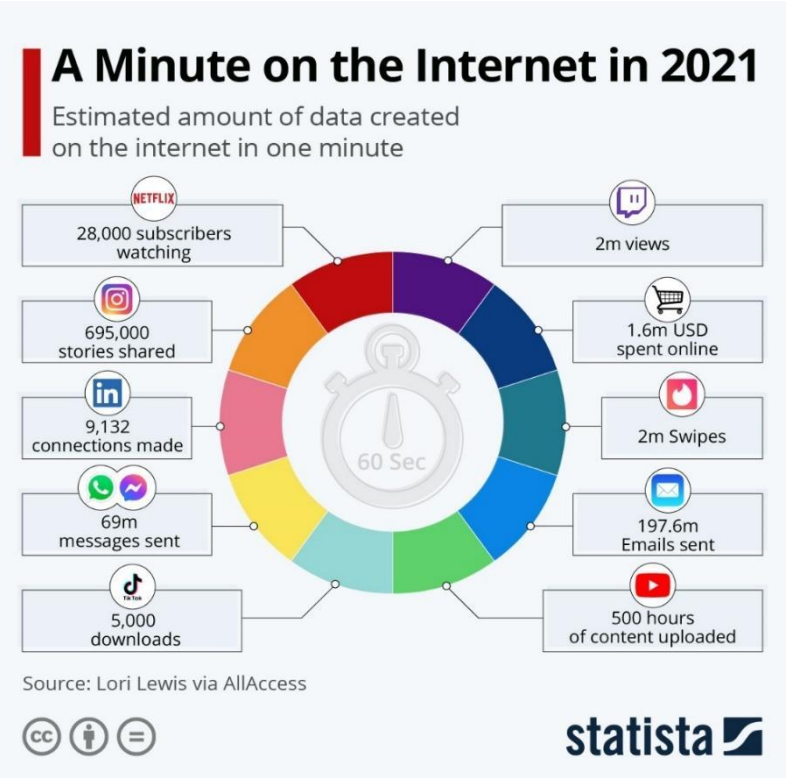
[78] Através da publicação e compartilhamento de fotos categorizadas, cria-se um mural de inspirações coletivas.

[79] Escrita ou atualização de um blog.

[80] Moreno, D. (s.d.). *Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais*. [Blog Post] Agência Visia. https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/

Figura 04

O que acontece em um minuto na internet em 2021



Nota. Fonte: Statista.com

A pandemia fez com que houvesse um disparo nesse cenário, mais de 180 milhões de pessoas usaram alguma rede social entre julho e setembro de 2020, um aumento de 2 milhões de usuários por dia em relação ao trimestre anterior. O número representa, ainda, o dobro do registado em janeiro de 2020, sendo o maior crescimento apontado pelo relatório desde que este começou a ser produzido, em 2011. Mesmo com mais tempo em casa, as pessoas não desgrudam do telemóvel: 99% dos usuários têm acesso a essas plataformas por meio de smartphones e tablets, enquanto 1 em cada 5 usa o computador ou *notebook* para checar as redes. Em 2020, a cada segundo, 14 novas pessoas tornaram-se membros de alguma rede social.[81] No meio disso tudo, a atenção das pessoas

[81] Souza, K. (2020, 11). *A cada segundo, 14 pessoas começam a usar uma rede social pela 1ª vez.* Revista Exame. https://exame.com/marketing/a-cada-segundo-14-pessoas-comecam-a-usar-uma-rede-social-pela-1a-vez/

fica cada vez mais difusa e o desafio de comunicar num contexto cheio de estímulos e que muda a uma frequência exponencial,[82] é enorme.

2.6 - O ativismo na vida cotidiana, engajamento e o sentimento de pertença

Feenberg (2012) diz que o modelo deliberativo de democracia que tem em seu núcleo a noção da esfera pública de Habermas – ou seja, um espaço social onde os indivíduos se unem como público para participar de um debate crítico-racional sobre questões de interesse comum - vê a Internet como oferecendo fóruns novos e mais inclusivos para deliberação pública. E o agir democrático, ou a democracia, o que são senão a atividade dos indivíduos em determinarem sua própria vida coletiva? A democracia se torna mais evidente justamente através da multiplicação e enriquecimento das práticas cotidianas de cidadania. Até mesmo a base cotidiana das nossas vidas, em questões relacionadas com alimentação, habitação, salários, organização e reorganização do trabalho, também se articulou em rede. Também se faz política dessa forma e em situações do dia a dia, embora estas não tenham o mesmo destaque de análise e crítica que as atividades especializadas e estruturadas (Feenberg, 2012).

As rotinas diárias de trabalho, cuidados da habitação, criação de filhos, criam uma barreira de tempo-espaço em relação ao domínio estruturado e altamente profissionalizado da ação política. Iniciativas políticas não especializadas envolvendo cidadãos comuns exigem uma ruptura do fluxo de atividades diárias e, portanto, necessitam de um alto investimento de energia e trabalho de mobilização. O conceito de subativismo[83] se torna útil para nos ajudar a conceber um nível de política profundamente enraizado na vida cotidiana e que vem permitir a ação. A identificação do indivíduo como ator pode estar em numerosas situações de fronteira que abrangem o privado e o semi-público, como

[82] Crescimento exponencial faz referência a quando um número específico é multiplicado diariamente por um valor constante, de tal maneira que cresce de uma forma tão rápida, que parece se tornar matematicamente "incontrolável", ou exponencial.

[83] "Subativismo" é um termo utilizado pela autora Maria Bakardjieva e diz respeito a uma micropolítica da vida quotidiana.

iniciativas de bairro, conselhos escolares, etc. Os estudos de Bakardjieva[84] demonstram que o subativismo ecoa em repertórios de ação não convencionais, formas de ação política descritas por teóricos de novos movimentos sociais (ou seja, os membros do movimento "vivem" as suas políticas através de seus estilos de vida, identidades, trabalhos e relacionamentos, ao invés de se juntar a organizações políticas formais e campanhas) (Feenberg, 2012).

Dahlgren (2009) afirma que a participação política é mais do que simplesmente um sentimento que uma pessoa tem, envolve alguma "atividade", que pode assumir muitas formas e atos de comunicação.

> Para ser envolvido em algo não é preciso apenas atenção cognitiva e alguma postura normativa, mas também um investimento afetivo. Engajamento na política envolve algum tipo de paixão. Dados todos os obstáculos que existem para a realização da cidadania alcançada, dadas todas as barreiras a serem superadas antes que as pessoas entrem em discussão política ou tomem a ação política, seria absurdo negar o papel indispensável do lado afetivo no engajamento cívico (Dahlgren, 2009, p. 83).

No contraponto, temos o "mundo apático", que etimologicamente sugere "sem pathos", isto é, sem emoção. A categoria "cidadãos apáticos" significa, então, ausência de paixão política. Sem paixão, aos povos falta energia e compromisso para tomarem medidas, falta-lhes a sensação de que as suas ações terão qualquer significado ou efeito. Assim, para se tornarem politicamente envolvidas, as pessoas devem preocupar-se com um problema, elas devem ter alguma visão de como as coisas devem ser feitas e ter esperança de que pelo menos algum progresso pode ser alcançado para a realização dessa visão (Dahlgren, 2009).

---

[84] Embora intimamente associada à ideia de e-democracia, a e-participação é um conceito distinto introduzido para capturar os modos pelos quais a entrada dos cidadãos facilitada pela informação digital e tecnologias de comunicação fora dos períodos eleitorais podem afetar a política e a tomada de decisões do dia-a-dia órgãos políticos e administrativos (Bakardjieva, 2019, p. 03).

No original: *Although closely associated with the idea of e-democracy, e-participation is a distinct concept introduced to capture the modes through which the input from citizens facilitated by digital information and communication technologies outside election periods can affect the day-to-day policy- and decision making by political and administrative bodies*.

Dahlgren (2015) refere o trabalho de Raymond Williams sobre as "estruturas de sentimento". Para Williams, as estruturas de sentimento dão expressão às correntes culturais predominantes e aos humores de um dado momento histórico. É claro que as estruturas de sentimento estão longe de ser apenas progressistas: podem também manifestar racismo, xenofobia e outros sentimentos negativos (como o populismo). Mas para o autor, o afeto pode ser entendido como uma emotividade coletiva dinâmica, que se conecta com as experiências sociais compartilhadas das pessoas. Metaforicamente, o afeto anima o engajamento e motiva a participação (Dahlgren, 2015).

Conforme Bakardjieva, o processo em que os indivíduos produzem, encenam e remendam as suas próprias biografias, torna-se uma "política de escolha" em oposição a uma luta pela liberdade de fazer escolhas. É a "política de estilo de vida", política de decisões de vida, onde a globalização tem influências que se intrometem profundamente no projeto reflexivo do eu e, inversamente, onde os processos de auto realização influenciam as estratégias globais. E esta política aborda uma questão fundamental ao indivíduo que é a possibilidade de se questionar "Quem eu quero ser?" E agir de acordo com isso, de uma maneira totalmente facilitada pelas tecnologias de comunicação (Feenberg, 2012).

O indivíduo pode ser constituído por um conjunto de posicionamentos, inscritos em uma multiplicidade de relações sociais, membro de muitas comunidades e participante de uma pluralidade de formas coletivas de identificação. Os posicionamentos que o indivíduo assume, o representam em uma diversidade de discursos entre os quais não é preciso haver nenhuma relação. Isso permite que os indivíduos incorporem suas próprias histórias subjetivas, com as suas emoções e atendendo às suas crenças. Assim, de acordo com Bakardjieva, pode-se concluir que a "narrativização do eu" tem duas forças motrizes: os macros discursos do poder e os micros discursos produzidos pelos próprios sujeitos através das circunstâncias particulares de suas situações de vida e experiências intersubjetivas (Feenberg, 2012).

Marina Magalhães (2019) entende que a participação, os conflitos e as formas de protesto que são vividas nas redes sociais online, incluindo uma série de outras práticas, não apenas se desenvolvem através de atores sociais, mas cada vez mais possuem uma forma de agir reticular, ou seja, existe em colaboração com atores de naturezas diversas, como os dispositivos móveis, os circuitos informativos e o compartilhamento de dados, que juntos formam um sentir em rede. O Net-ativismo, que é formado pelo prefixo "net" e pela palavra "ativismo", significa uma nova forma de ativismo digital que se articula em

rede, reunindo membros humanos e não humanos, já que se desenvolve de forma digitalmente conectada. No caso dos fenômenos sociais, líderes ou formas hierárquicas de participação pré-definidas provavelmente não encontrarão espaço para ação. Em verdade, a verticalização que era característica do ativismo tradicional, agora se dá de forma horizontal no formato digital, existindo apenas porta-vozes. Magalhães cita Massimo Di Felice, que por sua vez, diz que vivenciamos um sentir novo, que não é caracterizado apenas como uma extensão dos sentidos humanos e nem como uma imposição técnica, mas "um sentir construído ecologicamente no contexto de conectividade" (Magalhães, 2019).

O WikiLeaks é um exemplo conhecido de uma rede focada em mudança e participada, com um propósito orientado para o interesse público, apesar de todas as discussões controversas que o envolvem. Tem por base uma cultura de abertura, sendo uma organização que funciona internacionalmente e não tem finalidades lucrativas, utilizando *crowdsourced*[85] e *crowdfunded*[86]. A própria organização refere que desde que iniciou em 2007, publicou mais documentos do que toda a imprensa mundial, classificando-se como uma organização de notícias independente e contrariando uma lógica histórica em que os media são controlados por empresas e estruturas de poder. Segundo Gustavo Cardoso e Pedro Jacobetty (2013), a WikiLeaks modificou a relação entre os media e Estado e em certa medida, até mesmo influenciou o funcionamento de acesso à informação e a cobertura noticiosa, inclusive o papel do jornalismo, publicando materiais sensíveis em nome do interesse público. A aliança feita entre *WikiLeaks, The Guardian, El País, The New York Times, Der Spiegel* e *Le Monde* demonstra a associação fora do âmbito das redes digitais. Além disso, modificou as noções nas relações internacionais, na percepção pública de privacidade, e o enquadramento judicial destas questões. É um exemplo claro de como a informação pode promover mudanças sociais (Cardoso & Jacobetty, 2013).

A participação, contudo, também pode aparecer de formas diferentes. Os *hackers*[87] também podem se agrupar em rede e tornarem-se grupos de interesse, assim como a

---

[85] *Crowdsourcing* é um modelo de produção e de estruturação de processos que utiliza a sabedoria e os aprendizados coletivos para a resolução de problemas ou desenvolvimento de uma solução.

[86] *Crowdfunding* é uma forma de financiamento coletivo, com base na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através de múltiplas fontes, normalmente pessoas físicas interessadas na iniciativa.

[87] Um *Hacker* é uma pessoa que possui bom conhecimento na área de informática, sendo capaz de fazer *hack*, ou seja, uma modificação em algum sistema informático. Em inglês, a palavra *hack* é um verbo que significa cortar.

entidade denominada Anonymus, agindo, por exemplo, através da escrita de comentários em *threads*[88], assim, realizando interações anônimas, ou seja, não exigindo registros de utilizador. Conforme Cardoso e Jacobetty (2013), de forma oposta ao que é noticiado nos media, não se está falando de um grupo perigoso de *hackers*, mas de um coletivo satírico de pessoas que atuam em conjunto em determinadas operações. Os indivíduos não são identificados e é pré-requisito que assim permaneçam (Cardoso & Jacobetty, 2013).

Nico Carpentier, Ana Duarte Melo e Fábio Ribeiro (2019), dizem que depois de quase uma década de verdadeiro fascínio pela possibilidade de participação e de atuação na esfera da comunicação, existe agora uma nova alteração, que é justamente baseada em grupos que levantam questões sociais por variadas razões. Uma das modificações visíveis, é que alguns profissionais dos media se veem obrigados a ouvir a voz do público para a realização do seu trabalho. Existem muitos formatos participativos, que possivelmente são usados mais como elementos de marketing, para assegurar as audiências, do que verdadeira auscultação e debate público. Quando o resultado da participação nesse modelo, se revela pouco interessante, ainda existe maior frustração. Deste modo, não é difícil de verificar que alguns órgãos de comunicação social recebem muitos comentários, repletos de sentimentos ruins como preconceito e ódio. Percebe-se, neste caso, que a audiência mais escreve do que lê e dedica real atenção, deixando de lado qualquer possibilidade de debate racional (Carpentier et al., 2019).

Carpentier, Melo e Ribeiro (2019) citam como exemplo os artigos de Tzur, Zalmanson e Oestreicher-Singer (2016), "*The dark side of user participation*"[89], o artigo de Bouchard (2016), "*The dark side of public participation*"[90] e a pesquisa de Lutz e Hoffman (2017), intitulado "*The dark side of online participation*"[91]. No primeiro, os pesquisadores discutem os componentes interativos, levantando dúvidas sobre a participação. No segundo artigo citado, o autor estuda o caso da Lei da Prostituição no Canadá, que foi legitimada pela consulta pública online. E, no terceiro, busca mostrar as práticas participativas, incluindo categorias negativas ou indesejáveis, como o silenciamento. Ainda citam os trabalhos de Quandt (2018) e Frischlich, Boberg e Quandt (2019), que usam o conceito de

---

[88] *Thread* é a tarefa que um determinado programa realiza, atua como um fio de execução, é uma forma de um processo dividir a si mesmo em duas ou mais tarefas que podem ser executadas concorrencialmente.

[89] Tradução livre: "O lado negro da participação do usuário".

[90] Tradução livre: "O lado negro da participação do público".

[91] Tradução livre: "O lado negro da participação online".

participação oculta vinculado a onda de populismo nas democracias nos últimos anos. Outros exemplos são possíveis, que não se ligam a política institucionalizada, através da participação nos media comunitários ou a participação como processo de transformação social em vários âmbitos (Carpentier et al., 2019).

Sob a ótica política, torna-se importante distinguir a participação da interação social, em que a participação assume uma forma de tornar as relações de poder mais equitativas, de diferentes maneiras na sociedade e incluindo os media. Já a interação é necessária para buscar esse equilíbrio, mas não pode ser vista como algo que fará com que haja participação. A interação desempenha um papel relevante no processo, mas não é condição para que a participação se realize. Contudo, a interação é a dimensão responsável por possibilitar a coesão social, e por essa razão, também é importante, embora nem sempre ela seja positiva (Carpentier et al., 2019).

A construção do nós, ou seja, como se torna coletivo o "coletivo", é uma questão que provavelmente não seria adequada há alguns anos, mas a desterritorialização e a participação online colocam isto em causa. Antigamente, os atores coletivos encontravam-se enraizados num mesmo tecido social e a afirmação social da sua identidade, era sua afirmação também como coletivo. A situação hoje é diferente e bem mais complexa, com os media ajudando na desterritorialização (como foi mencionado no subcapítulo 2.2), as redes sociais online, permitem não só o compartilhamento de aspirações, mas de circulação de informação, o que é fundamental para uma ação coletiva. A solidariedade dentro do grupo é ligada à procura individual por suprir suas necessidades, bem como de comunicação dos participantes (Cabo, 2008).

Essa afinidade ou o próprio engajamento (*engagement)* proporcionado pela Internet, é assunto trabalho por muitos autores, como no caso da pesquisa de O´Brian et al. (2008): "*What Is User Engagement? A conceptual framework for defining user engagement with technology*"[92], onde os autores buscaram desconstruir a palavra engajamento, no sentido da relação das pessoas com a tecnologia. O engajamento é definido como uma experiência do utilizador que se caracteriza por durabilidade, influência positiva, *feedback*, interatividade e outras características, que mostraram que o engajamento é, para os autores, um processo que se resume em quatro fases: momento de engajamento, período de engajamento sustentado, desengajamento e reengajamento (Nuno Torres, 2009).

[92] "O que é o envolvimento do usuário? Uma estrutura conceitual para definir o envolvimento do usuário com a tecnologia" - Tradução livre.

O sentimento de pertença é antes de mais, segundo Cardoso e Jacobetty (2013) e de acordo com Ana Isabel Cabo (2008), uma forma de saciar as necessidades pessoais de envolvimento comunitário (e autoestima), mas ela também se desenvolve como uma possibilidade do uso das tecnologias, cada vez mais associados ao estilo de vida, tornando mais complicado distinguir a função do meio e da sua apropriação social. Essa abertura que as redes dispõem e especificamente este formato que permite uma atualização sistêmica de objetivos e de ações, facilitando a produção e a inovação contínua, acarreta integrar as experiências e as pessoas. A cultura de pertença em rede inclui elementos da cultura de nuvem, na forma como é compreendida a propriedade nos dias atuais, de acordo com crenças e valores. Com as redes digitais nas economias capitalistas, o sucesso das operações não é tanto verificável pela propriedade adquirida, mas sim pelo acesso permanente de comércio de ativos financeiros globais, isso porque o acesso a estes ativos, permite ganhar mais vantagens, traduzido em mais dinheiro. São verificáveis exemplos disto, como no caso, dos conteúdos multimídia em *streaming*, ou quando os documentos guardados são através de sistemas de correio eletrônico como o Gmail. As culturas de pertença em rede são a mudança mais forte nos meios de comunicação e nas formas de interação. Vive-se numa época em que as pessoas estão mais interessadas no que podem fazer para melhorar as suas condições de vida e/ou de todo um grupo ou ainda de toda a sociedade (Cardoso & Jacobetty, 2013).

CAPÍTULO 3 – COMUNICAÇÃO E SAÚDE

"A coisa mais quebrada na saúde é a comunicação"

Dra. Bridget Duffy, Medical Doctor no The Future of Delivery / Health Innovation Summit

3.1 Breve história do poder e da saúde pública

Michel Foucault é provavelmente um dos autores mais importantes do último século, especialmente quando se trata de sua crítica à medicina, ou ao menos como ela era exercida aquando de seus estudos e ao referir a microfísica do poder dentro das instituições, bem como o pensamento sobre as relações sociais e arqueologia do saber. Facto é que suas reflexões perduram e continuam importantes. No livro "Microfísica do poder", lançado pela primeira vez em 1978, Foucault diz que a nossa história é baseada em guerras e em relações de poder, que deveriam ser analisadas sob a ótica da inteligência das estratégias e táticas estabelecidas. Onde nem a dialética, como uma forma de contradição e

nem a semiótica, como uma forma de comunicação, conseguiriam explicar as lutas que eram estabelecidas. Mais do que algo negativo que exerce a função de reprimir, o poder deve ser visto como algo que permeia todo o corpo social, formando saberes e produzindo discursos. As monarquias produziram estruturas de poder, como a polícia e a administração local, formando uma espécie de economia do poder e com isso fazendo o poder estar presente de forma contínua. Para uma verdade científica local, realizou-se a inserção do cientista nas lutas políticas, como uma figura com prestígio de intelectual, que pode atuar a favor ou contra o Estado e com o poder de definir a vida.

> Em nossas sociedades, a "economia política" da verdade tem cinco características historicamente importantes: a "verdade" é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, Exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e de confronto social (as lutas "ideológicas") (Foucault, 2013, p. 52).

Existe uma eterna discussão do que é verdade, que para Foucault não é visto como as coisas verdadeiras em si e que teriam que ser descobertas, mas a verdade ao qual se atribui efeitos de poder. Ou seja, seria necessário pensar as questões não como ciência e ideologia, mas sim como verdade e poder. E é aí que entra a profissionalização dos intelectuais, pois são submetidos a estruturas de poder. O problema que se coloca, não é alterar o que as pessoas pensam, mas sim os regimes institucionais de produção do que se entende e que disseminam a verdade. As morais e os ideais entram numa genealogia que é a sua história de diferentes interpretações. Como um exemplo, o poder se exerce nas prisões sob a forma de poder moral, existe razão no punir com base moral de que é errado roubar etc., e então se pratica a forma mais forte de exercício de poder, que é privar a outra pessoa de viver. Foucault também vai dizer que as escolas e que as fábricas se parecem às

prisões e deixa uma reflexão de que talvez ainda não se saiba ao certo o que é poder de facto, embora cada luta se forme com algum foco de poder. E falar destas lutas publicamente é o primeiro passo de outras lutas que atuarão contra o poder, assim, todas as pessoas que sofrem algum abuso de poder, podem começar a sua luta própria (Foucault, 2013).

Na medicina o poder se exerce de que maneira? É individualista, na medida que segue uma lógica capitalista e assim, ignora a dimensão coletiva da sociedade? Foucault mostra que a Medicina de Estado, se desenvolveu principalmente na Alemanha, no século XVIII e relata uma breve história da saúde pública. Dá o exemplo da França (final do século XVIII), onde apareceu uma estrutura de saúde diferente da Alemanha, em função da urbanização. Havia muitas questões que inquietavam a população das cidades, em especial preocupavam a burguesia e então foram pensadas medidas médicas e políticas. E eis que surge o modelo da quarentena, que deveria ser aplicado em caso de urgência, peste ou doença epidêmica. Esse plano consistia em:

> 1º) Todas as pessoas deviam permanecer em casa para serem localizadas em um único lugar. Cada família em sua casa e, se possível, cada pessoa em seu compartimento. Ninguém se movimenta. 2º) A cidade devia ser dividida em bairros que se encontravam sob a responsabilidade de uma autoridade designada para isso. (...) 3º) Esses vigias de rua ou bairro deviam fazer todos os dias um relatório preciso ao prefeito da cidade para informar tudo o que tinham observado. Sistema, portanto, não somente de vigilância, mas de registro centralizado. 4º) Os inspetores deviam diariamente passar em revista todos os habitantes da cidade. Em todas as ruas por onde passavam, pediam a cada habitante para se apresentar em determinada janela, de modo que pudessem verificar, no registro-geral, que cada um estava vivo. Se, por acaso, alguém não aparecia, estava, portanto, doente, tinha contraído a peste, era preciso ir buscá-lo e colocá-lo fora da cidade em enfermaria especial. Tratava-se, portanto, de uma revista exaustiva dos vivos e dos mortos. 5ª) Casa por casa, se praticava a desinfecção, com a ajuda de perfumes que eram queimados (Foucault, 2013, pp. 155 e 156).

Qualquer semelhança com o que aconteceu a partir de 2020 não é mera coincidência. Esse esquema foi uma ideia quase idealizada de uma boa organização sanitária das cidades. O poder político da medicina neste caso, consiste em vigiar e controlar o máximo possível o estado de saúde de cada um. A questão do privado perde para a saúde, mas ganha em cientificidade. Foucault traz ainda um terceiro exemplo, baseado no sistema inglês. A medicina foi alcançada primeiramente pelo Estado, em seguida pela cidade e por último pelos pobres e trabalhadores. Ela torna-se social, a partir do momento que a legislação previa um controle médico do pobre na Inglaterra. Com isso cria-se os sistemas de *health service*[93] em 1875, com a função de controlar a vacinação, organizar o registro de doenças que pudessem ser perigosas e a destruição de lugares insalubres. Com isso, reaparecem no século XIX, grupos pelo menos aparentemente religiosos que lutavam contra essa medicalização e desejavam ter o direito de se tratar e fazer o que quisessem com o próprio corpo, sem o controle do Estado (Foucault, 2013).

Uma medicina hospitalar se dá através da disciplina que era exercida nesse ambiente. A botânica, no século XVIII é o modelo seguido e assim a doença era vista como um fenômeno natural. Todos os procedimentos efetuados, isolamento, interrogatório particular ou público, relações preferenciais entre pacientes e médicos, tinham por função fazer do médico, um mestre, que tinha o poder de dizer a verdade sobre o paciente e que poderia ser absolutamente falso. Foucault diz pensar o poder nesse momento quando o poder encontra os corpos, as atitudes, a vida quotidiana, os pequenos exercícios de poder. A própria delinquência é vista em Foucault como algo que em certo nível interessa ao Estado para que a polícia possa controlar a sociedade. Entretanto, se o poder, só tivesse a função de reprimir, isso o tornaria muito frágil. Se o poder é tão forte, é porque desperta as pessoas no nível do desejo e do saber. Na verdade, todas as pessoas possuem um certo poder e o veiculam. O autor diz que o poder está constantemente a interrogar e a recompensar em busca da verdade. E, por essa razão, deve ser visto com algo que circula, que se exerce em rede, como centros de transmissão, o poder não é feito para os indivíduos apenas passa por seus tecidos (Foucault, 2013).

No século XIX as doenças passaram a ser vistas como um problema político e econômico, que afetam a coletividade e por isso deveriam ser alvos de um poder de decisão em conjunto. Existiram várias políticas de saúde e grupos que ajudavam, como as

[93] Serviço de saúde, tradução livre.

associações de socorro e beneficência, através de sociedades filantrópicas; sociedades científicas tentando organizar um saber global e outros grupos, como os religiosos que organizavam movimentos, como os *quacker* e *dissent*, na Inglaterra. Começam a se estabelecer dados demográficos da população e outros estudos, bem como a incitação ao controle da taxa de natalidade e coisas da vida privada. Os traços de uma população se tornam elementos úteis na elaboração de uma gestão econômica dos países. O médico ganha cada vez mais poder, se torna o grande especialista com a habilidade de melhorar o corpo social e manter a sociedade com saúde. O poder, seja ele exercido de baixo para cima ou de cima para baixo, é representado constantemente através do direito, que estabelece as bases de ação, inclusive na saúde (Foucault, 2013).

3.2 A comunicação de ciência e a literacia para a saúde

A sociedade atual não favorece o que necessita de atenção prolongada, até mesmo atividades como estudar, por exemplo, incluindo a escrita de artigos científicos e teses, se torna cada vez mais morosa, porque exige tempo e investimento de energia, algo que não é facilmente compatível com o ritmo da sociedade atual, tão freneticamente acelerado. O estudo, especialmente científico, exige comprovação, revisão e isso não é conseguido no mesmo ritmo imposto. Recentemente, viu-se o caso da pandemia e a espera pela vacina, que nunca foi conseguida antes de maneira tão rápida, mas que aos olhos dos que esperam, foi algo demorado. E como comunicar o que não é facilmente comunicável? O que é difícil reduzir à 140 caracteres? Comunicar ciência é certamente um desafio, mas que precisa ser pensado. O poeta irlandês William Butler Yeats, disse: “Pense como um homem sábio, mas se comunique na língua do povo”. O conteúdo tem que ser exposto de uma forma cada vez mais concisa, pois caso contrário não prende a atenção. Hoje, a linguagem predominante, especialmente em redes sociais online, é a do TikTok, com um conteúdo produzido em 30 segundos, ou seja, extremamente curta, reduzidas a poucas palavras, algo que definitivamente também não favorece a comunicação de ciência. Encontrar uma forma de comunicar algo denso, um estudo, um experimento, de forma atrativa é certamente um grande desafio, mas que é urgente a nível social - o mundo precisa encontrar formas de comunicar de forma eficaz, aquilo que necessita ser comunicado.

Para Cardoso (2013), a comunicação tem influência nos consumos dos media, no entretenimento, informações, notícias, mas também na dimensão científica, na criação do conhecimento em geral. O sistema de educação e o sistema científico, baseados na comunicação do conhecimento produzido, percebem essa mudança no paradigma comunicacional. No que diz respeito ao entretenimento, por exemplo, observa-se a grande quantidade de *user-generated contents*,[94] também a mudança no consumo, na busca de conteúdos e nos formatos disponibilizados. Estas mudanças surgem associadas às novas formas de agir no social ao longo do tempo, mudando a forma que as histórias são contadas (Cardoso, 2013).

Damásio (2009) explica que o consumo se relaciona com os media de duas maneiras, na primeira os media são vistos como objetos a serem consumidos e na segunda, os media fornecem às informações necessárias para os indivíduos agirem numa cultura de consumo, dessa maneira, a abordagem teórica que se for apresentar não deve negligenciar o contexto e o ambiente da atividade.

Uma linguagem de info-entretenimento deve ser utilizada para comunicar não só coisas divertidas, mas também as tragédias. Para Castells (2013), isto não quer dizer que a população não se preocupe com temáticas significativas, mas que para que uma audiência no seu todo compreenda a mensagem de assuntos mais complexos, como economia e guerra, por exemplo, essa linguagem facilitaria a compreensão do assunto. Esta mudança para um jornalismo de entretenimento também afeta a opinião pública, evidentemente. Em qualquer temática que se aborde, se encontra um desafio de manter a atenção pública durante tempo suficiente para exercer alguma influência na política (Castells, 2013).

Mas e quando uma crise aparece, como comunicar? Quando as organizações não lidam bem com os problemas de maneira responsável, pode desencadear uma crise. Porém nem todas as crises são criadas pelas organizações ou surgem de questões públicas debatidas amplamente. O que o público percebe em relação a uma crise, é uma preocupação central. Quanto mais a responsabilidade aparece, a ameaça de danos a imagem fica maior, o que significa que os profissionais de comunicação precisam utilizar estratégias de aceitação e acomodação, pois elas enfatizam o reparo da imagem, que é o necessário neste momento. Estratégias defensivas, com negação ou minimização, já se mostraram (logicamente) menos eficazes, à medida que as organizações se tornam ainda

[94] Conteúdo gerado pelo usuário, tradução livre.

mais responsáveis pela crise.[95] Também é importante notar que não existe uma estratégia "certa", pois quando uma crise surge, vários atores se envolvem no debate da questão, como se fosse numa "arena" (Cornelissen, 2011, p. 254).

Entende-se como "comunicação de ciência" todas as atividades que possuem como objetivo comunicar o saber científico, incluído os materiais de divulgação científica, resultados e outras informações, em todas as áreas. Os públicos podem ser científicos restritos ou abrangendo toda comunidade científica, pode visar as crianças, os deputados ou os habitantes de determinado local. É preciso observar o contexto, as ferramentas usadas e os objetivos que se pretende em cada comunicação. Desta maneira, a literacia científica é compreendida como a capacidade que qualquer cidadão deveria ter para ler a ciência que está ao seu redor, seja nas bulas dos medicamentos, nos jornais ou na informação dada pelo médico e etc. A literacia científica é, portanto, a capacidade de qualquer cidadão em perceber o mundo natural, o científico e o tecnológico, para procurar a informação que não possui, para ter uma opinião consistente e principalmente, a capacidade de fazer escolhas de modo informado entre todas as opções possíveis. (Granado & Malheiros, 2015).

Public Understanding of Science[96] é uma ideia que se afirmou no Reino Unido em 1985 com a publicação de um relatório pela *Royal Society*. O conceito disto está em como os públicos acedem e utilizam a ciência, mais precisamente como se apropriam em termos de opiniões e comportamentos, por exemplo. Também envolve entender como a ciência é veiculada para estes públicos e as atividades que são realizadas para que exista essa compreensão. Essas práticas relacionadas a *Public Engagement in Science and Technology*[97] foram apresentadas na Câmara dos Lordes do Reino Unido, em 2000. O envolvimento do público na ciência foi defendido como uma solução para uma espécie de crise de confiança na ciência, que tinha vindo a afirmar-se naquele país e um pouco por todo o mundo, em função de alguns diferentes escândalos e controvérsias, como o da

[95] Argenti (2006) entende que acima de tudo, deve-se evitar ficar em silêncio e adiar respostas, isso só fará com que se gere especulação e o problema é agravado. Especialista em comunicação empresarial, o autor diz que todo o planejamento que uma organização faz, garante apenas uma preparação parcial no caso de uma crise. Para ele, o grau de sucesso do planejamento será observado quando o problema acontecer. Se for completo, as pessoas envolvidas poderão ao menos ter um ponto de partida para a ação e para comunicar com as pessoas e imprensa. Todas as crises são diferentes e é por isso que devem existir pessoas preparadas para o gerenciamento de crise (uma das ações pode envolver comunicar ciência) (Argenti, 2006).

[96] Compreensão pública da ciência, tradução livre.

[97] Engajamento Público em Ciência e Tecnologia, tradução livre.

epidemia de BSE (acrónimo inglês de *bovine spongiform encephalopathy*, em português, encefalopatia espongiforme bovina, popularmente conhecida como doença das vacas loucas). Vê-se nas escolas, em associações diversas, nos canais de comunicação, diversos projetos que visam promover a ciência, mas ainda acontecem de forma tímida. A divulgação científica mais conhecida ainda é através dos livros, entretanto este é um processo demorado (Granado & Malheiros, 2015).

Comunicação de ciência, como vimos envolve diversas variáveis, a começar pela linguagem, que deve ser concisa e clara, assim como foi explicitado no subcapítulo referente a Comunicação Estratégica. Ela também precisa estar presente nos media em geral, e se as pessoas estão agindo preferencialmente no online, também deve estar presente por lá. O jornalismo necessita também adaptar sua linguagem e sua atividade para poder informar a população de modo com que a cientificidade esteja presente. A comunicação de ciência também deve encontrar a comunicação pública para atuarem em conjunto, especialmente em casos como a pandemia, crises etc. A comunicação de ciência também sofre com as *fake news*, em particular em países como o Brasil ou os Estados Unidos, principalmente em meio a pandemia, onde o mundo inteiro viu-se em uma crise, observou-se um esforço da comunidade científica em tentar informar o que deveria ser feito e em meio a isso, verificou-se diversas informações falsas propagadas, dificultando o caminho. O que deixa evidente a necessidade de uma literacia em ciência e, particularmente, em saúde.

Pedro, Amaral e Escoval (2016) comentam que anos mais recentes, vários estudos estão a demonstrar um nível de literacia em saúde que pode vir a ter consequências importantes nos gastos públicos em saúde. O conceito de literacia em saúde tem evoluído de algo meramente cognitivo para um conceito que compreende as características pessoais e sociais dos indivíduos, relevando a sua capacidade de tomar as decisões sobre a sua saúde, de uma forma fundamentada. O conceito de literacia em saúde aparece em 1974 em um artigo denominado "*Health education as social policy*"[98], sendo nesta altura, associado às questões relacionadas à promoção da saúde. Atualmente o conceito é ampliado e a literacia em saúde passa a ser também uma ferramenta para navegar nos sistemas de saúde

[98] Simonds, S. K. (1974). *Health Education as Social Policy.* Health Education Monographs. 2(1_suppl):1-10. doi:10.1177/10901981740020S102
https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10901981740020S102

online. Este conceito vem ganhando espaço na agenda europeia, sendo tema de várias publicações oficiais (Pedro, Amaral & Escoval, 2016).

O HLS-EU-PT (*Health Literacy Survey*)[99], financiado pela Comissão Europeia, é uma forma de quantificar o nível de literacia em saúde na Europa e por sua vez, também em Portugal. No ano da publicação (2016), Portugal aparecia com um indicativo de que 61% da população inquirida apresentava um nível de literacia inadequado. Enquanto a média dos outros 09 países da Europa onde a pesquisa também foi realizada, esta média foi de 49,2%. Em Portugal, a literacia em saúde dos cidadãos vem sendo significativa para os cuidados de saúde e é uma preocupação das políticas de saúde, sendo citada inclusive no Plano Nacional de Saúde 2012-2016 (Pedro, Amaral & Escoval, 2016).

Pedro, Amaral e Escoval (2016) citam Nutbeam[100], ao mencionar que a literacia é constituída por 02 elementos principais, as competências (*skills*) e as tarefas (*tasks*). A literacia baseada nas competências é baseada no nível do conhecimento que as pessoas necessitam ter para realizar tarefas e a literacia baseada nas tarefas, é centrada na capacidade de realizar as tarefas, como ler um texto básico. Isso é uma definição interessante, na medida que existe uma relação entre o nível de literacia e a condição de saúde do indivíduo. A população com baixa literacia em saúde apresenta: a) menor capacidade de navegar nos sistemas de saúde para encontrar os serviços necessários; b) menos probabilidade de compreender a informação seja ela oral ou escrita, fornecida pelos técnicos em saúde; c) por consequência, tem mais dificuldade de realizar os procedimentos necessários; d) e de seguir, as indicações médicas. De acordo com um estudo feito pela *World Health Communication Associates*[101], o número surpreendente de 90% dos adultos norte-americanos possuem dificuldade de compreender como a informação de saúde é comunicada, deste modo não conseguindo compreender as dimensões de risco e agir em conformidade (Pedro, Amaral & Escoval, 2016).

---

[99] *The European Health Literacy Survey.* (s.d.) [Site]. *https://www.healthinformationportal.eu/european-initiative/european-health-literacy-survey*

[100] Nutbeam D. (2009). Defining and measuring health literacy: what can we learn from literacy studies? *Int J Public Health*. 54(5):303-5. doi: 10.1007/s00038-009-0050-x. PMID: 19641847. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19641847/

[101] *World Health Communication Associates*. (s.d.) [Site]. https://www.whcaonline.org/

> A literacia, letramento ou alfabetização em saúde consiste no conhecimento básico de saúde e nas competências presentes para atender as demandas de saúde. As quatro competências são: (1) Acessar, que se refere à habilidade de pesquisar e encontrar as informações de saúde; (2) Entender, que diz respeito à capacidade de compreender a informação obtida; (3) Avaliar, que engloba a capacidade de interpretar, filtrar e julgar a informação obtida; e (4) Aplicar, que se refere à habilidade de comunicar a informação recebida. Essas competências, quando adquiridas, promovem o domínio do cuidado da saúde, da prevenção de doenças e da promoção da saúde (Sørensen et al., 2012 in Teixeira Netto, Pimentel & Romano, 2022, p. 03).

Teixeira Netto, Pimentel e Romano (2022) argumentam que em um mundo cada vez mais conectado, a literacia em saúde amplia exponencialmente a sua importância, tendo em conta o uso e o acesso de informações de saúde através de dispositivos eletrônicos. Os autores associam essa atividade ao conceito de *E-Health Literacy*[102], ou como alfabetização digital em saúde, que é caracterizada pelas habilidades de Procurar, Encontrar, Entender e Avaliar diversas situações para obter conhecimento e poder comentar ou resolver uma questão de saúde (Teixeira Netto, Pimentel & Romano, 2022).

Garcia e Eiró-Gomes (2021) mencionam que apesar de ser uma grande preocupação dos especialistas nos anos mais recentes, a Covid-19 veio a confirmar a

[102] No entanto, os indivíduos não são os únicos que usam mais a Internet. As organizações também mobilizaram a Internet para fornecer serviços de saúde. A Organização Mundial da Saúde (OMS) reporta que 58% dos Estados Membros pesquisados relataram ter uma estratégia de eSaúde, sinalizando um movimento global. A OMS define os serviços eletrônicos de saúde (*eHealth*) como o uso seguro e econômico de tecnologias de informação e comunicação para apoiar a saúde e áreas relacionadas à saúde. Os exemplos incluem comunicação eletrônica entre pacientes e provedores, registros médicos eletrônicos, portais de pacientes e registros pessoais de saúde. Uma categoria de *eHealth* é a saúde móvel (*mHealth*), incluindo telefones, tablets e computadores para usar aplicativos (apps), dispositivos de rastreamento vestíveis e serviços de mensagens de texto (*Centers for Disease Control and Prevention*. (sd.) *e-Health Literacy* [Site]. https://www.cdc.gov/healthliteracy/researchevaluate/eHealth.html).

No original: *Yet individuals are not the only ones using the Internet more. Organizations have also mobilized the Internet to deliver health services. The World Health Organization (WHO) reports 58% of Member States surveyed reported they have an eHealth strategy, signaling a global movement. WHO defines electronic health (eHealth) services as the cost-effective and secure use of information communication technologies to support health and health-related fields. Examples include electronic communication between patients and providers, electronic medical records, patient portals, and personal health records. A category of eHealth is mobile health (mHealth) including phones, tablets, and computers to use applications (apps), wearable tracking devices, and texting services* (*Centers for Disease Control and Prevention*. (sd.) *e-Health Literacy* [Site]. https://www.cdc.gov/healthliteracy/researchevaluate/eHealth.html).

evidente baixa literacia em saúde da população a nível mundial, seguindo o pensamento de Paakkari & Okãn (2020)[103]. Comparado com os demais países que participaram do inquérito europeu que mede a literacia em saúde, Portugal aparece com a menor percentagem da população com um nível excelente de literacia em saúde, apenas 8,6%, com base em Espanha et. al, (2016)[104]. Quando se trata da informação em saúde, os autores da área estão a advertir que as pessoas com baixa literacia podem não serem capazes de compreender as informações, apesar de ter acesso a elas. No caso de não serem os indivíduos a procurar pela informação de forma intencional, em muitos casos a informação chegará pelos media ou por qualquer outra pessoa com que os indivíduos estabeleçam alguma comunicação/conversação e igualmente a literacia se faz necessária (considerando a pesquisa de Ishikawa & Kiuchi, 2010)[105] (Garcia & Eiró-Gomes, 2021).

Em relação a pandemia de Covid-19, Garcia e Eiró-Gomes (2021) citam White et al. (2021): "os níveis de literacia em saúde nas comunidades sugerem que a compreensão do conceito de risco é suscetível de ser pobre, e contribuem para um sentimento de incerteza e confusão" (p. 218 in Garcia & Eiró-Gomes, 2021, p.193). Faz-se fundamental utilizar uma terminologia que seja de fácil acesso e compreensão de todos, a fim de ajudar as pessoas a perceberem as recomendações das autoridades e a refletirem sobre a consequência das suas ações (Paakkari & Okan, 2020 in Garcia & Eiró-Gomes, 2021). Assim, os níveis de literacia em saúde acabam por impactar de modo direto o comportamento da população, pois caso não existir um nível elevado de literacia em saúde, o cidadão não saberá como prevenir-se de uma doença (ou epidemia), não saberá como encontrar apoios, nem seguir um tratamento e etc (Garcia & Eiró-Gomes, 2021).

Neste sentido, muitas ações são necessárias para levar a uma mudança de comportamento da população em prol da sua saúde. Para além de transmitir informações corretas, também é importante, por exemplo, a capacitação das pessoas e que o público deixe de ser considerado um receptor (passivo) e passe a ser um agente (ativo). Para tal, a

---

[103] *Covid-19: health literacy is an underestimated problem*. "Covid-19: literacia em saúde é um problema subestimado" - Tradução livre.

[104] *Health Literacy Survey Portugal: A Contribution for the Knowledge on Health and Communications. Health Literacy Survey Portugal*: Um Contributo para o Conhecimento em Saúde e Comunicações" - Tradução livre.

[105] *Health literacy and health communication.* "Literacia em saúde e comunicação em saúde" - Tradução livre.

população tem de estar convencida de que pode efetivamente fazer a diferença e ter esse protagonismo nas suas vidas. No caso da Covid-19, mesmo que já existam elementos de proteção, como a máscara e a vacina, a literacia de saúde continua a ser fundamental para evitar a contaminação. Além disso, é necessário comunicar com o público não somente o que fazer, mas também o porquê de fazê-lo, de uma maneira clara, consistente e repetidamente (Garcia & Eiró-Gomes, 2021).

Garcia e Eiró-Gomes (2021) citam White et al. (2021) que dizem que as pessoas necessitam se sentir parte integrante de um esforço conjunto que envolve a população, os cientistas e as autoridades de saúde. Devem estar também confiantes na capacidade de ultrapassar barreiras, a fim de que esse comportamento continue. Disso conclui-se que as lições que se podem tirar da pandemia incidem sobre a urgência de oportunizar o envolvimento das pessoas, dos doentes e das associações em todo o processo de comunicação, incluindo a definição de mensagens e a sua efetiva compreensão e adaptabilidade. No caso da pandemia de Covid-19, a melhoria do nível de literacia em saúde é um fator protetivo e torna-se representativo para demais situações (Garcia & Eiró-Gomes, 2021).

3.3 – A importância de uma literacia mediática para a saúde no digital

Inicia-se esse subcapítulo tendo como base o livro "A máquina do ódio, notas de uma repórter sobre *fake news* e violência digital", da jornalista Patrícia Campos Mello, publicado em 2020. A autora cita o primeiro-ministro húngaro Viktor Orbán, que disse que bastava encher as redes sociais e os grupos no WhatsApp com a versão da história que lhe convir e isso bastará para que ela se torne "verdade", inclusive abafando a real versão dos factos. Essa enorme desinformação é impulsionada com recursos de marketing, que conseguem fazer com que determinados assuntos recebam destaque. No Instagram e no Facebook, existe a possibilidade de patrocinar um conteúdo ou uma determinada postagem para que ela seja difundida para um maior número de pessoas, nem precisa ser uma empresa para fazer isso, qualquer usuário pode comprar esta ação. É possível pagar para atingir determinados públicos específicos, de acordo com algum grupo de interesse, como

por gênero, por localização ou algum outro público. No Facebook e no Twitter, quanto mais cliques e curtidas possuir um conteúdo, mais ele será impulsionado e gerará mais engajamento. Porém, e infelizmente, tem se tornado uma prática comum o uso de *bots*[106], robôs ou *trolls*[107], pessoas contratadas para fingir o engajamento em determinados conteúdos e desta maneira, forjar uma popularidade que não é real, influenciando a opinião pública (Mello, 2020).

Quando a narrativa é impulsionada, acaba por chegar nas redes orgânicas, ou seja, nas pessoas reais, que irão ver e entender aquele conteúdo e engajamento como verdadeiros. Patrícia Campos Mello diz que os americanos denominam isso de *firehosing,* que vem de *fire hose*, que significa mangueira de incêndio, ou seja, disseminar uma informação, mesmo que não seja verdadeira, de uma forma rápida, repetitiva e em larga escala, promovendo um verdadeiro bombardeio de informações por todos os meios possíveis, como WhatsApp, Facebook, Twitter, sites diversos, desta maneira fazendo com que a informação pareça familiar. A repetição traz essa familiaridade, em muitos casos, esta notícia será a primeira que a pessoa terá sobre determinado assunto e esta primeira impressão sobre qualquer tema, é por vezes, bastante difícil de desfazer. E, para além disso, algumas pessoas não conseguem distinguir o que é verdade do que não é.[108]

Contudo, vivemos tempos mais complexos, pois ao oposto das rádios de Goebbels[109], não é possível saber que tipo de informação está sendo propagada pelo WhatsApp, já que o conteúdo é criptografado e assim, só os membros de cada conversa possuem acesso às mensagens. Caso recentemente mediado foi o da *Cambridge Analytics*,

---

[106] Bot, é o diminutivo de robot, também conhecido como Internet bot ou web robot, é uma aplicação de software concebido para atuar como um robô, ou seja, simular ações humanas repetidas vezes de forma padrão.

[107] Um trol ou por vezes marcado como troll, na gíria da Internet, diz respeito a uma pessoa cujo comportamento pretende de forma sistemática desestabilizar uma discussão e, por vezes, provocar e enfurecer as pessoas nela envolvidas.

[108] Mello (2020) cita a autora Hannah Arendt, que em 1951, escreveu de forma que se encaixa à realidade dos dias atuais, ao se referir na época à propaganda de massa durante a II Guerra Mundial: "Num mundo incompreensível e em perpétua mudança, as massas haviam chegado a um ponto em que, ao mesmo tempo, acreditavam em tudo e em nada, julgavam que tudo era possível e que nada era verdadeiro. (…) A propaganda de massa descobriu que o seu público estava sempre disposto a acreditar no pior, por mais absurdo que fosse, sem objetar contra o fato de ser enganado, uma vez que achava que toda afirmação, afinal de contas, não passava de mentira. (…) Se recebessem no dia seguinte a prova irrefutável da sua inverdade, apelariam para o cinismo; em lugar de abandonarem os líderes que lhes haviam mentido, diriam que sempre souberam que a afirmação era falsa, e admirariam os líderes pela grande esperteza tática (Arendt, 1951, como citado em Mello, 2020, p. 26).

[109] Ministro da Propaganda na Alemanha Nazista entre 1933 e 1945.

empresa privada que analisava dados e desenvolvia uma comunicação estratégica para processos eleitorais, envolvida com a eleição de Donald Trump em 2016. A empresa segmentou os usuários em grupos, classificando em nichos psicológicos "extrovertidas", "empáticas" e assim por diante. A partir desta divisão, adicionavam outras informações a fim de criar campanhas políticas para públicos segmentados. Com os *dark ads*[110], somente alguns grupos recebiam mensagens na sua linha do tempo no Facebook, por exemplo, pessoas contra a imigração, veriam anúncios xenófobos e deste mesmo modo, atuando com diversos outros temas, gerando um micro direcionamento, chamado de *microtarging*. Samidh Chakrabarti, gerente de produtos para o engajamento cívico do Facebook, disse: "Se há uma verdade fundamental a respeito do impacto das mídias sociais na democracia é que elas exacerbam as intenções das pessoas – as boas e as más. No seu melhor, permitem que nos expressemos e tomemos iniciativas. No pior cenário, permitem que as pessoas disseminem desinformação e corroam a democracia" (Mello, 2020, p. 144).[111]

O mundo não apenas combate uma pandemia, mas também uma "infodemia" como explanou Tedros Adhanom, diretor da OMS - Organização Mundial da Saúde. Como existe uma infinidade de informações, fica muito difícil distinguir as fontes confiáveis, das não-confiáveis. Este foi um enorme problema em relação à Covid-19, fazendo com que essa infodemia represente um problema de saúde pública, já que é muito fácil ficar perdido em meio ao excesso de informação e desinformação. As *fake news* circularam recomendando métodos absurdos e batendo todos os recordes em quantidade, ao passo que

---

[110] *Dark advertising* é um tipo de publicidade online visível apenas para o editor do anúncio e o grupo-alvo pretendido. Permite que um editor envie anúncios diferentes para grupos de público-alvo diferentes, onde seria desvantajoso para o público de um grupo-alvo ver os anúncios destinados a outro. Essa forma de publicidade é muito encontrada em plataformas de mídia social online, onde os grupos podem ser identificados usando segmentação baseada em idade, segmentação geográfica, segmentação comportamental, segmentação psicográfica, entre outros. Embora possa ter efeitos sociais gravíssimos, esta prática não é vista pelo marketing de forma negativa. Para a empresa de marketing Rock Content, ao criar um *dark post*, apenas quem realmente tem chances de ser convertido é impactado pelo anúncio.

[111] Patrícia Mello entende, todavia, que toda esta tecnologia não adiantaria se do outro lado não estivesse a base de que se formam os populismos[#]: o ressentimento, a sensação de serem vítimas ou estarem sendo injustiçadas, isso é o que os une. Pela primeira vez, os eleitores recebiam conteúdos racistas, aos quais, em verdade, concordavam e podiam expressar a concordância sem receberem alertas politicamente corretos. A maioria das pessoas não têm consciência de que é manipulada pelo marketing na internet, sem saber que a maior parte do conteúdo não é espontâneo. Existem vídeos virais, hashtags, mas isso corresponde a uma parte pequena do acesso. Quando vemos que um terço das "vozes" que falavam em torno do Brexit eram *bots* e que essa foi a mesma porcentagem na eleição do México, o mundo depara-se com um cenário preocupante. Mello perguntou a Giuliano Da Empoli, porque políticos com ideias polarizadas têm usado as mídias sociais de forma eficiente para manipular eleições. Ele afirma que é simples: pois as redes sociais e o uso do Big Data funcionam melhor com mensagens e políticos de visões extremas. "Os candidatos tradicionais, moderados, perderam o bonde dos avanços tecnológicos e a capacidade de proporcionar emoções ou diversão a seus eleitores", já por trás dos líderes extremistas, há marqueteiros que entenderam que o "populismo é filho do casamento entre a cólera e os algoritmos" (Mello, 2020, p. 149-150).

algumas autoridades tentaram esconder dados que prejudicassem sua imagem e houveram pessoas dizendo que não era necessário seguir o que era oficialmente recomendado pelas autoridades sanitárias, com a propagação de diversas teorias da conspiração e aconselhando a ingestão de medicamentos sem comprovação científica. No meio disto, a pandemia fez crescer a importância do jornalismo e de notícias confiáveis, pois percebeu-se que notícias salvam vidas (Mello, 2020).

Segundo Patrícia Mello, as *fake news* circulam muito mais rápido do que as informações verdadeiras. As notícias falsas possuem uma probabilidade 70% maior de serem retuitadas[112] do que as notícias verdadeiras, conforme um estudo do *Massachusetts Institute of Technology*, sendo que as notícias verdadeiras demoram seis vezes mais para alcançar a um número padrão de 1.500 pessoas. A quantidade de mentiras sobre o coronavírus foi tão grande, que até as plataformas de medias sociais passaram a atuar no combate à desinformação, deletando *posts* comprovadamente falsos. O Facebook, por exemplo, desde então, uniu seu trabalho ao de sessenta agências de checagem de factos, verificando conteúdos em mais de cinquenta idiomas. Apoiar as notícias verdadeiras e os media profissionais tornou-se um ato cívico (Mello, 2020).

Como foi possível verificar nos últimos anos, o acesso às tecnologias não garantiu que existisse uma cidadania esclarecida e participada, embora a tecnologia seja importante e hoje seja uma condição, ela por si só não garante a formação dos cidadãos. Miguel Paisana e Gustavo Cardoso (2013), dizem que da mesma forma que os media são a mensagem, a tecnologia também traz conteúdos e práticas simbólicas e uma delas é o facto de não se usar as ferramentas de forma crítica. Assim, importa compreender o que é uso informado, para que a tecnologia não venha apenas a reforçar as desigualdades e estratificações já existentes. Ao receber e replicar a informação, os medias atuam como esferas de produção simbólica. Deste modo, uma literacia para os media não só se mostra relevante, como também se torna em um processo de responsabilização do eu e do outro no ato comunicacional. Literacia, em modo crítico, é indispensável para democracias participadas e sociedades civis consolidadas. Não é apenas um processo de leitura, que é importante, já que não é suficiente nessa era digital. Uma melhor relação com os media, possibilita a difusão de conhecimento e a capacitação dos indivíduos (Paisana & Cardoso, 2013).

[112] Compartilhadas, sinônimo.

Em termos de literacia, especificamente em saúde, Sandra Marinho e Teresa Ruão (2012) referem que ela pode afetar determinantemente a vida, através dos cuidados em saúde, na capacidade de difundir informação sobre saúde, bem como na capacidade individual de tomar decisões (em relação à saúde). Deste modo, a literacia mediática em saúde, serviria para aceder às informações, compreendê-las e utilizá-las de forma a manter uma boa saúde. E, desta maneira, é papel da comunicação, melhorar o relacionamento entre jornalistas e as fontes, bem como garantir informação com maior qualidade, para que os cidadãos possam ter um melhor conhecimento sobre os assuntos de saúde, atribuindo assim aos media, uma importante função de formar e propiciar este conhecimento (Marinho & Ruão, 2012).

3.4 Comunicação para a saúde

As nossas sociedades presenciaram o surgimento de um novo modelo de comunicação, um quarto modelo, que se segue aos três modelos anteriores, no qual todos são modelos comunicacionais e não apenas modelos de informação. Este quarto modelo comunicacional, parece caracterizar as sociedades contemporâneas e é consequência das potencialidades da globalização comunicacional, ou seja, dos media interpessoais massificados e da ligação em rede em vários níveis de interação. Castells (2009), indica que estes fatores interligados formam uma *self mass communication*[113]. Os atuais paradigmas comunicacionais junto com uma disponibilidade de novas dinâmicas de acesso à informação e novas configurações de inovação, com o aumento de alcance por parte dos utilizadores, causa profundos efeitos na forma noticiosa e de entretenimento – e da comunicação como um todo (Cardoso, 2013).

Com a cada vez maior quantidade de circulação de informação, também evidente na área da saúde, pode-se dizer que a saúde e a comunicação formam uma parceria na era da informação. Em primeiro lugar porque, como indica Pekka Himanen (2006 in Espanha, 2009), para haver sociedades solidificadas no conhecimento e na educação, a saúde precisa

[113] Auto comunicação de massa, tradução livre.

estar assegurada para a maioria das pessoas e com o máximo de qualidade possível, mas também porque esta é uma das áreas em que cada vez mais pessoas, sejam elas utentes ou profissionais de saúde ou comunidade em geral, tendem a utilizar com maior frequência as tecnologias de informação e comunicação. Porém qual é a importância desses novos usos e dessas práticas de informação e comunicação para a gestão da problemática da saúde? (Rita Espanha, 2009).

Araújo e Cardoso (2007) fazem uma representação gráfica (Figura 05), com os Campos que normalmente se articulam ao da Comunicação e Saúde, que são o da Ciência, Tecnologia, Informação, Políticas Públicas, Movimentos Sociais e Educação.

Figura 05

Campo da comunicação e saúde



Nota. Fonte: Livro Comunicação e Saúde (Araújo & Cardoso, 2007, pág. 21).

As autoras entendem que dentre estes campos, o que se destaca é o das políticas públicas, que por conseguinte, só passam a constituir-se como tal, quando circulam na sociedade, deixando de ser apenas um projeto. Ou seja, quando adquirem visibilidade pública e passam, portanto, a existir, possibilitando que sejam realizadas as conversões através de saberes e de práticas daquilo que é pretendido. Observando que a comunicação

é indispensável nesse processo. Além disso, Araújo e Cardoso entendem que a qualidade da comunicação e a sua natureza, serão determinantes no resultado e implementação da política pública onde se requer uma ação pública[114]. O sucesso só virá a partir de ações de comunicação bem conseguidas. Para explicar de forma simples, quando um indivíduo ou um grupo, ou um movimento consegue que o seu assunto tenha mais visibilidade, mais facilmente conseguirá orientar o investimento público no setor. Os dispositivos de comunicação mobilizados, são um componente ativo do processo, tendo inclusive a possibilidade de neutralizar outros componentes (Araújo & Cardoso, 2007).

Vê-se nas instituições de saúde, várias atividades ligadas à comunicação: as assessorias de comunicação, que fazem a gestão da imagem pública das instituições; a comunicação conhecida como divulgação científica, que as autoras preferem chamar de comunicação pública da ciência; comunicação estratégica/organizacional, que orienta os processos internos e ações. De várias formas, existe um objeto de disputa, que é o poder simbólico, o poder de fazer as pessoas verem as coisas através de determinada ótica. É por isto que muitos lutam e quando um assunto/grupo consegue se impor como mais verdadeiro, ou de forma mais relevante, acaba por ampliar sua influência sobre as políticas e financiamentos que viabilizem ações. Tanto a comunicação, como a saúde, são áreas de lutas pelo poder simbólico, que é um dos conceitos principais da obra de Pierre Bordieu[115]. As autoras fazem a ligação com a questão da legitimidade, conforme vemos abaixo (Araújo & Cardoso, 2007).

---

[114] Historicamente, a relação entre políticas públicas de saúde e a comunicação se inicia com a promoção e a educação sanitária como forma de alcançar às necessidades de saúde, principalmente epidemias[#] e medidas higiênicas. No Brasil, por exemplo, esta relação se inicia quando o Departamento Nacional de Saúde Pública (DNSP), começa a utilizar a publicidade em 1920. Naquela época, há 100 anos, havia um debate em saúde pública, em função de avanços científicos nas áreas da microbiologia, bacteriologia e parasitologia. Com a identificação de um agente causador para cada doença, nascia também a possibilidade de controlar a transmissão, havendo então direcionamentos nesta área, colocando a responsabilidade por parte dos cidadãos. Deste modo, a educação passa a ser envolvida no sentido de que os indivíduos aprendam a corrigir seus hábitos e a comunicação, como fator de garantir o sucesso das medidas implementadas, de certo modo, o que acontece até hoje (Araújo & Cardoso, 2007).

[115] Conforme Milka Rezende, no site Brasil Escola, para Bourdieu, a estrutura social é um sistema hierárquico em que os diversos arranjos interdependentes de poder material e simbólico determinam a posição social ocupada por cada grupo. O poder tem múltiplas fontes, por isso, a influência que um determinado grupo exerce sobre os demais é fruto da articulação entre elas: poder financeiro, poder cultural, poder social, poder simbólico. A cada um desses, Bourdieu chama de capital, pois representam a capitalização de um ativo importante para ter-se uma posição de destaque em determinada sociedade e contexto histórico. A distribuição desigual desses poderes, que também podemos chamar de recursos, consolida e reproduz a hierarquia social ao longo do tempo.

> Simplificando, o poder simbólico de uma pessoa, grupo ou instituição está na razão direta do seu capital simbólico. Este resulta do reconhecimento, como legítimos, dos capitais de outra espécie – econômico, cultural ou social. A legitimidade se conquista, via de regra, no território da comunicação, que é o da produção e circulação dos sentidos sociais. E, num movimento circular, a comunicação é mais eficaz quando emanada de uma voz autorizada por legitimidade. Podemos acrescentar aqui a concepção do poder como uma ´rede produtiva´, que permeia todo o corpo social e não se mantém pela repressão, mas por produzir coisas, saber e prazer. Esta ideia vem de Michel Foucault (1982) e articula-se admiravelmente com a de poder simbólico, para iluminar o campo da comunicação e saúde e favorecer a compreensão das relações de poder que aí são exercidas (Araújo & Cardoso, 2007, p. 38).

No campo da saúde, a comunicação não consegue se dissociar da noção de direito, ela é dirigida a cidadãos, com o objetivo de melhorar o sistema público de saúde e facilitar a participação efetiva das pessoas. Desta maneira não se pode ver a comunicação no campo da saúde coletiva, como em uma empresa comercial. Na empresa, lida-se com clientes, com objetivo de lucro, a comunicação é claramente voltada para publicidade da marca e para a venda de produtos. Portanto, neste caso, não se deve trabalhar apenas com a ideia de divulgação, se deve ter em mente estabelecer um debate público sobre temas de interesse e garantir que a população tenha informações suficientes para ampliar a sua participação cidadã nas políticas de saúde, para de forma, descentralizada, ampliar as decisões sobre o que fazer, para quê, para quem e de que forma[116] (Araújo & Cardoso, 2007).

Quais são as comunidades discursivas da saúde? É uma questão colocada por Araújo e Cardoso (2007). Para elas, são todos que produzem e fazem circular discursos, ou seja, são todos que desenvolvem alguma forma de comunicação: as ONGs, autarquias, Ministérios, movimentos sociais diversos. A comunicação se relaciona com a participação

[116] Muito mais do que promover campanhas, produzidas em agências publicitárias a serviço do Ministério da Saúde (no caso brasileiro) e disseminadas para todo o país, a missão dos órgãos de nível central estaria em repassar recursos e apoiar tecnicamente os estados e municípios no seu esforço comunicativo (e estes, os movimentos e as organizações locais). Pensada desta forma, a hierarquização fortaleceria diretamente a possibilidade do exercício dos demais princípios e diretrizes, no âmbito da comunicação (Araújo & Cardoso 2007, p. 79).

de forma ontológica, no sentido de que sem uma comunicação que seja universal e equitativa, dificilmente será conseguida uma participação ao nível que se deseja. É perceptível de muitas formas, a insatisfação com algumas práticas comunicativas que se mostram desgastadas, como as perspetivas autoritárias, que não dialogam com as novas demandas e dinâmicas, bem como aquelas práticas que colocam todas as expectativas em componentes tecnológicos. Pensando a partir das demandas da comunicação, um bem privado só se torna público quando circula e existe uma apropriação. Enquanto não circula, pode ser considerado um bem privado, mesmo que sob a guarda de instituições públicas. Essa ideia só se realiza quando são respeitados os princípios da universalidade e equidade acima mencionados (Araújo & Cardoso, 2007).

A principal instância que propicia a existência pública, atualmente, são os meios de comunicação. Vale tanto para os sujeitos como para as temáticas. As pessoas possuem noção esclarecida disso e a busca pelo espaço de fala nos espaços midiáticos têm sido recorrentes. A reivindicação da ampliação do espaço para temas de saúde, advém, em grande parte, dos movimentos sociais, que por vezes, encontram suas ações dificultadas pela lógica da mídia e produção de notícias, que são refratários à sua pauta particular ou aos seus interesses. Qualquer produto midiático, será resultado de múltiplas vozes, sentidos e enunciações localizados, não apenas nele, mas em toda a sua articulação com múltiplos contextos, desde a produção à apropriação. Ao considerar estas questões no campo da saúde pública, é interessante pensar, que desafios os media impõe? Como conciliar a oportunidade de utilizar os meios de comunicação com a preocupação de propiciar uma comunicação que favoreça a participação? (questão da participação em saúde continua no subcapítulo 3.6) (Araújo & Cardoso, 2007).

Em relação às redes sociais online, hoje as mesmas exercem enorme força de legitimação, como dizem as autoras, ou se está em rede ou não se é. Elas potencializam vários desejos ´ínter´ que estão dentro de nós: interdisciplinaridade, interlocução, intercâmbio etc., fazendo com a rede esteja presente no planejamento de comunicação e saúde. Araújo e Cardoso (2007) citam Bernardo Toro (1996), que entende que a comunicação é a capacidade de uma sociedade fazer circular os seus sentidos e os sentidos de outras sociedades. Remetendo a saúde pública, o planejamento da comunicação deve favorecer um movimento mais universal e igualitário dos sentidos (Araújo & Cardoso, 2007).

O futuro da saúde pública irá se tornar, com o passar dos anos, cada vez mais dependente do digital, que especialmente desde a Covid-19, transformou vários aspectos da vida. Os recursos digitais foram aproveitados como apoio e resposta ao Covid-19 no mundo todo. Seja no rastreamento de contatos, na vigilância populacional, na base de dados da mobilidade e na comunicação com as pessoas, envolvendo uma quantidade imensa de dispositivos conectados, conjuntos de dados e recursos de computação. Ficou evidente como as estratégias digitais e (uma comunicação estratégica) podem ser incorporadas também às estratégias de controle da Covid-19, bem como na preparação para futuras epidemias (Budd, Miller & Manning et al., 2020).

O desenvolvimento e pesquisa de novas tecnologias para capacitar e fortalecer capacidades básicas na saúde, ocorrem com mais rapidez e força em situações de crise. No controle de epidemias e surtos anteriores, a fim de garantir uma preparação e monitorização do potencial risco de infecção da doença e interrupção da transmissão comunitária, também houve e identificou-se agora com a Covid-19 novamente, a restrição de movimentação da população, bem como vigilância, necessidade de identificação rápida de casos e a necessidade de uma comunicação pública eficaz (Budd, Miller & Manning et al., 2020).

Em termos de vigilância, redes sociais, sites de notícias, sistemas de agregação de dados de saúde - que usam o processamento da linguagem natural e aprendizagem da máquina para filtrar dados online - foram sendo utilizados para fornecer dados epidemiológicos. Diversos sistemas obtiveram relatórios precoces sobre a Covid-19, antes que a OMS divulgasse a informação sobre o surto. O sistema automático de vigilância sindrômica do Reino Unido faz varreduras nacionais no serviço digital de registros de saúde. A plataforma EPI-BRAIN[117] da OMS, possui um conjunto de dados para a preparação de doenças infecciosas e resposta a emergências. Nas redes sociais, modelos para a Covid-19 foram se construindo com base em algoritmos de pesquisa na internet, anteriormente estabelecidos como no caso da Influenza. Aplicativos online que rastreiam os sintomas, foram baixados aos milhões, em níveis e abordagens nunca utilizadas antes nesta escala. Na prática clínica, a telemedicina passou a ser uma constante na atenção primária. As plataformas de comunicação digital, apoiaram a adesão às medidas de distanciamento social impostas pelo Covid-19, permitindo que as pessoas assistissem às

[117] EPI-BRAIN (s.d.). [Site]. https://www.epi-brain.com/

aulas ou trabalhassem remotamente, por videoconferência. Sensores infravermelhos e câmeras termográficas foram utilizados nos aeroportos, para identificar possíveis casos com base em sintomas febris. Sistemas de crowdsourcing e grupos voluntários, também fizeram parte das diversas forças que contribuíram nas métricas da vigilância e no aporte de toda a tecnologia e comunicação para a saúde (Budd, Miller & Manning et al, 2020).

Os painéis de dados foram usados extensivamente na pandemia, na coleta de dados de saúde pública, como os casos confirmados, número de testes, número de mortes, tanto para manter o público informado como para apoiar a formulação de políticas públicas. A implementação de intervenções durante uma pandemia vai depender do nível de educação e cooperação do público, apoiados em sistemas de comunicação, que permitam a participação ativa da comunidade, aumentando o grau de confiança. A comunicação ao se utilizar das plataformas digitais tem o potencial de atingir bilhões de pessoas rapidamente, mobilizando populações. Dessa forma, os dados e as mídias digitais possuem um dos mais importantes papéis que é a possibilidade de maior propagação de uma comunicação pública. Entretanto, dentro deste cenário, também há evidentemente desafios e entre os principais está o aumento da desinformação e as desigualdades sociais. Desde o início da pandemia, entidades reúnem esforços para evitar a propagação da desinformação, priorizando sites de notícias confiáveis, por exemplo, o Google prioriza a OMS no topo dos resultados de pesquisa. Para alcançar as populações que não têm acesso à internet, foram utilizados em muitos locais, as mensagens de texto. Em Mianmar, houveram relatos de populações com acesso restrito à internet, que desconheciam a pandemia. Daí a importância de desenvolver também uma comunicação com ferramentas e mensagens acessíveis, que possam ser adaptados para contextos culturais específicos (Budd, Miller & Manning et al., 2020).

As inovações digitais, no entanto, para a resposta de saúde pública e, nomeadamente, ao Covid-19, possuem barreiras legais e éticas à sua implementação. O acesso aos dados de mobilidade, por exemplo, levantou questões de privacidade. As intervenções digitais, não têm em nenhum caso, o consentimento para fins específicos e nem para o monitoramento da mobilidade e dados de saúde pessoais. A emergência foi usada como precedente, mas de nenhuma forma pode levar à coleta contínua de informações sobre cidadãos particulares (Budd, Miller & Manning et al, 2020).

Eiró-Gomes e Garcia (2020), dizem que a Covid-19 introduziu desafios globais de comunicação para a saúde, sendo uma delas a própria necessidade de divulgar informações sobre o novo vírus. Apontam também como uma dificuldade, o excesso de conteúdo sobre o tema, vindo de todos os tipos de fontes de informação e também citam a desinformação a circular, que muitas vezes acaba por confundir a população. A informação generalizada em relação à pandemia de Covid-19 é um desafio para a comunicação para a saúde, especialmente pela quantidade excessiva, a incerteza e a falsidade em notícias, que são em muitos casos, intencionais (Eiró-Gomes & Garcia, 2020).

Eiró-Gomes e Garcia (2020) comentam ainda que embora a comunicação para a saúde seja apenas uma das soluções na pandemia, consideram que ela é indispensável e que influencia completamente no grau de sucesso da resposta à Covid-19. No mesmo sentido, a OMS diz que a comunicação para a saúde é uma estratégia fundamental para difundir informação relacionada à saúde, nos meios de comunicação social ou por meio de outras tecnologias (Eiró-Gomes & Garcia, 2020).

Para Cheng e Espanha (2021) é cada vez mais difícil ignorar o papel crucial que os media sociais possuem nomeadamente em um caso emergencial de saúde pública. Principalmente no que tange a preencher lacunas do conhecimento público e a disseminação de informações necessárias. As autoras destacam inclusive, que conforme Farooq et al. (2020), as pessoas preferem utilizar plataformas de mídias sociais para receber notícias rápidas no caso de uma ameaça à saúde pública. Cheng e Espanha (2021) sublinham que até agora, tudo o que se discutiu sobre a comunicação via mídias sociais em relação ao Covid-19, se resumem em três situações:

> (a) exploração das características da informação online, incluindo a sua escala, formato, frequência, conteúdo, comunicador, credibilidade ou impacto (por exemplo, Rafi, 2020); (b) investigação do perfil do utilizador, como as características demográficas, motivação, preferência, nível de envolvimento ou expressão emocional (por exemplo, Apuke & Omar, 2021); (c) avaliação da eficácia das intervenções de saúde baseadas em *media* sociais, medindo que mudanças ocorrem em termos de conhecimento, consciência, crenças, comportamentos e normas sociais (por exemplo, Malecki et al, 2021) (Cheng & Espanha, 2021, p. 150).

Sem deixar de mencionar uma das questões fundamentais da comunicação digital que é permitir o compartilhamento "de baixo para cima" e permitir a co-produção de conhecimento também na área da saúde (e Covid-19) por qualquer pessoa, grupo, pesquisador ou organizações (Vicari & Cappai, 2016).

As tecnologias de comunicação tornaram-se ferramentas apropriadas na persuasão das pessoas e engajamentos diversos na melhoria da saúde em geral, sendo também cada vez mais utilizadas em programas de bem-estar e promoção da saúde também por parte das empresas e governos. Possuem um poder impressionante de influenciar em todas as formas e instituições sociais: trabalho, família, sistema educacional, saúde e saúde pública, especificamente. Quanto mais os dados digitais são utilizados, novas formas de vigilância vão se desenvolvendo. Muitos dos atuais aplicativos de saúde, se concentram em dispositivos de automonitoramento sobre questões alimentares, atividades físicas, exercícios e saúde mental. Desta forma ajudam a incorporar a ideia de uma "ciência cidadã", de que os leigos podem ser treinados e equipados para gerar informações científicas para pesquisa ou até mesmo para projetos comunitários. Reconhecendo que as mídias digitais não devem ser vistas apenas como uma ferramenta para comunicar mensagens de saúde, mas também podem atuar como espaços que promovem iniciativas de saúde digitalizadas. A comunicação para a saúde alcança nos dias atuais o ponto mais recente em uma longa história de uso de dispositivos para monitorar e gerenciar o corpo humano na medicina e na saúde pública. Sendo que a principal diferença das novas

tecnologias, é precisamente a natureza contínua sobre os comportamentos relacionados à saúde das pessoas como parte do ambiente digital (Lupton, 2015).

3.5 A saúde mediada

Atualmente, grandes quantidades de informação sobre medicina e saúde em geral são disponibilizadas pelas mais variadas fontes, que podem ser instituições públicas, especialistas diversos, profissionais, grupos de doentes, grupos de consumidores e assim por diante. Esta multiplicidade de canais informativos, que podem ser ligados aos media ou não, serem pessoais e/ou locais, atuarem como fonte de interação com pessoas do seu círculo, como amigos, colegas de trabalho, outros profissionais e etc., acaba por gerar um grande fluxo de informação sobre saúde. Neste contexto, a utilização da Internet tornou-se central, diversas pesquisas apontam que é crescente a busca por informação de saúde online. Em paralelo a isto, a cobertura por parte dos media de assuntos relacionados leva-nos naturalmente a uma abordagem desta temática que relaciona estudos de saúde com os estudos sobre os media/comunicação (Espanha, 2009).

> A informação relacionada com saúde e doença na televisão tem um carácter sazonal, irregular na frequência com que aparece, dependendo da importância que as «doenças» e a «saúde» vão tendo no panorama nacional e internacional, focando-se, frequentemente, nas responsabilidades políticas, nos problemas do Serviço Nacional de Saúde, na prevenção, na investigação (apenas e quando essa divulgação remete para descobertas e avanços científicos que de alguma forma melhorem a qualidade de vida das pessoas), no valor que é atribuído à saúde e à doença nas nossas sociedades. Como a «noticiabilidade» da saúde nos permite entrever, é cada vez mais notória a importância dada ao bem-estar físico como sinal exterior de bem-estar social (Espanha, 2009, p. 140).

Sobre a saúde e a doença ficcionadas (Apêndice B), pode-se dizer que a comunicação mediada está na base de todas as relações comunicativas das sociedades atuais, o mesmo acontece com a comunicação sobre saúde. Seja pela imprensa escrita, internet, televisão, documentários, programas de entrevistas e cada vez mais pela ficção, com diversas séries e telenovelas, que tratam do tema da saúde em paralelo ou abordam momentos e outros fragmentos específicos, também concentrando-se sobre os médicos e os hospitais (Espanha, 2009).

A análise da informação médica, está muitas vezes, restrita a comunicação entre médico e utente, ou entre o utente e os sistemas de saúde, mas começa a existir a questão do "utente informado", que chegou a se revelar um desafio aos profissionais médicos, já que os indivíduos são, cada vez mais, conhecedores da sua condição médica pessoal. A utilização dos media, está certamente a influenciar as atitudes e os comportamentos das audiências, no que tange à saúde. Ao entender que vivemos em sociedades em que as relações sociais são diversas e muito mais complexas, pelas possibilidades de acesso de informações, e que com a Internet, com a experiência de circular num espaço-tempo virtual, é preciso compreender que isto altera todas as esferas da ação humana. Uma dessas alterações diz respeito à autonomia das pessoas em relação aos seus contextos sociais (Espanha, 2009).

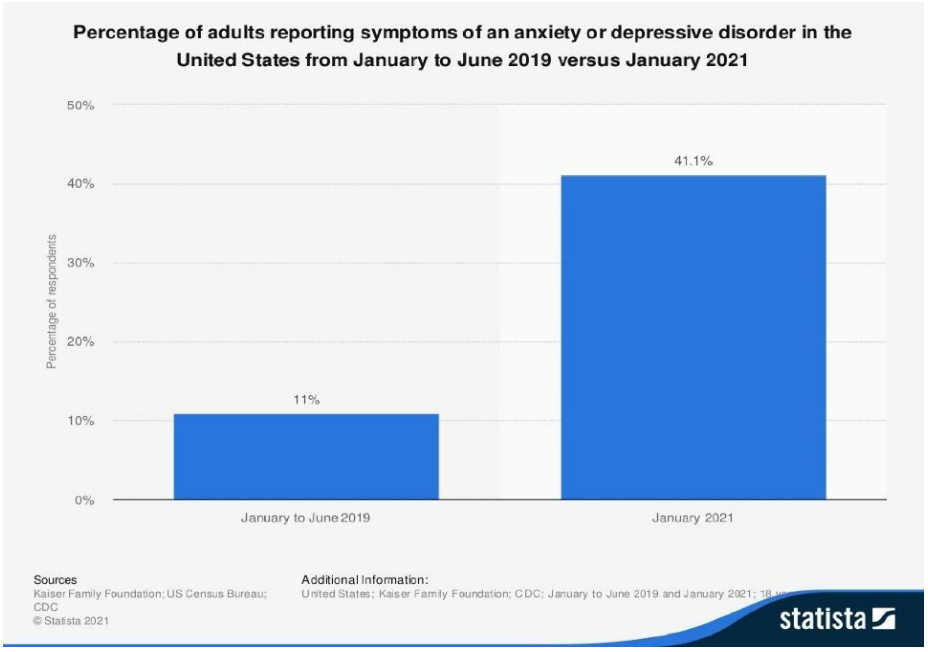
Verifica-se uma confiança muito alta nas práticas médicas e nos tratamentos que elas oferecem, entretanto também é notável uma certa desilusão com a medicina tradicional, tendo em conta somente a busca de informações online, que mostra uma alta procura por tratamentos medicinais alternativos. Os principais tópicos pesquisados apontam a boa forma e exercício físico, nutrição e problemas alimentares, beleza e bem-estar. Rita Espanha (2009) menciona um estudo onde 71,6% das pessoas inquiridas concordam com a frase afirmativa: "a credibilidade da informação sobre saúde online depende do tipo de sítio onde é disponibilizada" (Espanha, 2009). Embora indique teoricamente uma literacia considerável, em meio à infodemia de informações, médicos *influencers*, canais duvidosos de comunicação, encontrar sites e perfis credíveis, se torna um desafio necessário neste caso.

Nesse sentido, o sucesso dos mecanismos de busca é incontestável. O Google processa, uma média de 97.645 consultas de pesquisa a cada segundo (é possível acompanhar em tempo real em https://bit.ly/internet-live-stats), o que significa bilhões de

pesquisas por dia em todo o mundo (Gabriel & Kiso, 2020). O volume total de pesquisas continua a crescer a cada ano e as buscas sobre saúde representam um tema extenso e complexo, mas evidentemente trazem reflexos sobre a realidade da saúde. Conforme Gabriela Bulhões, no site Olhar Digital, em 2020, foi possível observar um aumento nas pesquisas relacionadas a assuntos como terapia virtual, desintoxicação digital e meditação. As buscas online ao revelarem os assuntos mais pesquisados, também orientam e ajudam a entender a sociedade. Espera-se que a partir deste facto revelado, que é também confirmado com o estudo representado na Figura 06, que surja mais conteúdo e que a atenção seja dirigida para este tema.

Figura 06

Porcentagem de adultos relatando sintomas de ansiedade ou transtorno depressivo nos Estados Unidos de janeiro a junho de 2019 em relação a janeiro de 2021



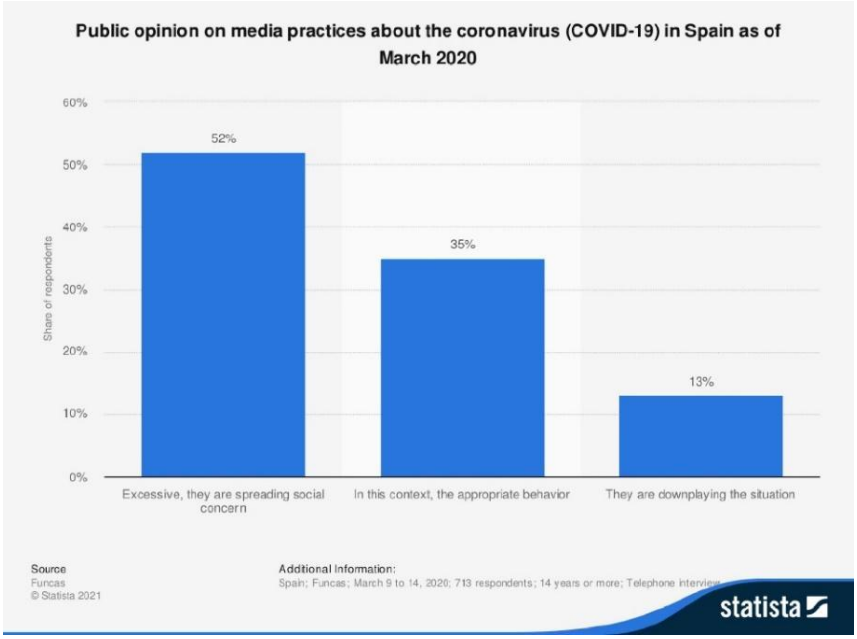
Nota. Fonte: Statista.com

Entende-se que muita ansiedade também foi originada com os media durante a pandemia de Covid-19. Não foi difícil ouvir expressões como "preciso desligar a TV senão fico triste" ou "não leio mais as notícias sobre isto, pois não estava mais me fazendo bem". Conforme outro estudo, também divulgado pelo Statista.com, 52% da opinião pública espanhola entendeu que durante a pandemia, os media agiram de forma excessiva, gerando

preocupação social. Estudo que incita aos media mais um desafio pertinente de como comunicar saúde (ciência, crise...) apropriadamente.

Figura 07

Opinião pública sobre as práticas da mídia sobre o Coronavírus (Covid-19) na Espanha em março de 2020



Nota. Fonte: Statista.com

A mediação da saúde também foi bastante aumentada pela pandemia, no que concerne às questões tecnológicas e especialmente através da telemedicina. Conforme a AsQ[118], que é uma empresa privada especializada em gestão de saúde, foi realizado um levantamento por esta organização, junto à sua base de clientes e o estudo mostrou que no período de 2020-2021 foram realizadas cerca de 85 mil teleconsultas no Brasil, com médicos, enfermeiros e outros profissionais. A Gerente de Atenção Integral à Saúde, Daniela Parizotto comentou que do total de inquiridos, 90% dos pacientes disseram que voltariam a utilizar o serviço e 85% afirmaram sentir calma e tranquilidade para lidar com seu problema de saúde. Conforme a empresa de análises *Forrester Research*, com a

[118] AsQ. (2021). *A mediação tecnológica da saúde através da telemedicina*. https://medicinasa.com.br/telemedicina-asq/20.08.2021

necessidade de isolamento, a telemedicina avançou a passos largos. Nos Estados Unidos, o número de consultas a distância aumentou 50% desde o começo da pandemia[119].

Junto com a telemedicina, as questões tecnológicas no que concerne à saúde e seu futuro, entraram também em pauta com o metaverso. Guilherme Hummel[120], coordenador científico do Hospital Hub, ao escrever para o site da Revista Abril (dez/2021), diz que em função da pandemia, as aplicações no metaverso devem se realizar primeiro na área da saúde, através de recursos para a área médica, sendo cada vez mais fundamentais nos diagnósticos, reabilitações, procedimentos e personalização da medicina.[121]

O médico neurologista, Jefferson Gomes Fernandes, publicou na Revista Abril (nov/2021) que precisamos debater e expandir o ecossistema de saúde digital. O mundo vive uma pandemia com consequências por muitos anos à frente. No evento *Global Summit Telemedicine & Digital Health,*[122] na qual Fernandes é curador, debate-se o futuro da medicina, com a discussão central na saúde digital, recursos tecnológicos integrados à assistência de saúde, telessaúde e assim por diante. As inovações a partir da pandemia de Covid-19 foram tantas que foi criada pela *TrendWatching* e pela *Business of Purpose*, uma página online que se chama *Covid Innovations,*[123] nesta são expostas todas inovações, iniciativas inspiradoras e tendências que estejam a causar um impacto positivo na sociedade.

---

[119] Entretanto, ainda necessitam ser debatidas as condições para que esta seja exercida da melhor maneira, como garantir a segurança dos dados de saúde dos pacientes, por exemplo.

[120] Explicou que Metaverso é um termo usado para definir "a rede de ambientes virtuais ativos em que as pessoas podem interagir umas com as outras, ou com objetos digitais, enquanto operam representações virtuais de si mesmas, os avatares" (online). Comenta que as aplicações ainda são raras, mas que irão se tornar usuais e os indivíduos poderão fazer no universo virtual aquilo que já fazem presencialmente. Simplificando, no metaverso vai ser possível socializar, participar de eventos, trabalhar, estudar e etc, ou seja, exercer as atividades que são realizadas usualmente. Será possibilitado, usar uma combinação de tecnologias para cuidar melhor da sua saúde. Para Hummel, três cenários são indicativos de uma aparente abertura ao universo metaverso: a primeira é evidentemente a os novos hábitos adquiridos com a pandemia e a necessidade de trabalhar em home office e estudar a distância. A segunda é a possibilidade através da tecnologia 5G e a terceira é o crescente mercado de gamificação, que está nos bilhões de usuários. Passou-se muitos anos falando de realidade virtual, realidade aumentada e realidade estendida, entretanto elas só tiveram lugar efetivamente no ramo do entretenimento.

[121] As funções seriam, por exemplo, sobrepor os dados do paciente, consultar imagens 3D e programar procedimentos invasivos.

[122] Global Summit Telemedicina e Saúde Digital, tradução livre. *Telemedicine summit*. (2021). [Congresso]. https://www.telemedicinesummit.com.br/

[123] Inovações Covid, tradução livre. TrendWatching, & Business of Purpose. (2021). [Site]. *Covid Innovations*. https://www.covidinnovations.com/

Antes dessas inovações, a Internet sozinha já se mostrava muito positiva em áreas da saúde como no diagnóstico de doenças raras. Vilhena Soares, em reportagem ao Correio Braziliense (nov/2019), apontou para o encurtamento de distâncias e o acesso à muitas informações, possibilitados pela Internet, associados a aplicativos que auxiliam os pacientes durante os tratamentos e a possibilidade de os médicos poderem compartilhar informações, como fatores que facilitaram muito o diagnóstico de doenças raras, que antes sofriam com a falta de profissionais especializados e com o acesso limitado de informações. Soares citou uma pesquisa americana da *Wake Forest* Faculdade de Medicina, que revelou que as doenças raras, principalmente as hereditárias, não são detectadas pelos médicos da atenção básica e inclusive por especialistas. Sem contar o facto de que normalmente o médico especializado encontra-se fisicamente longe, nos centros urbanos. Um dos autores do estudo, o professor Anthony Bleyer, explica que apesar de frequentemente as buscas online levarem a falhas de diagnóstico ou até mesmo levarem a informações erradas, a internet oferece às pessoas formas de encontrar pessoas especializadas e formas de encontrar informações precisas, inclusive através de artigos científicos. Soares explica que no estudo publicado na revista *Genetics in Medicine*,[124] foram analisados 665 encaminhamentos médicos, realizados entre 1996 e 2017, para a Escola de Medicina especializada em doença renal tubulointersticial autossômica. Esta doença é uma condição hereditária que faz os rins gradualmente pararem de funcionar. Dos encaminhamentos feitos, 40% havia sido de prestadores de saúde, 33% por profissionais não acadêmicos e 27% foram casos de pessoas que realizaram busca online, o que indica que a quantidade de informações disponíveis online, podem fazer com que o auto diagnóstico possa ser bem sucedido. Desta maneira, médicos especializados em distúrbios raros (e em todos outros), devem considerar melhorar sua comunicação digital. Na mesma reportagem, Vilhena Soares, convidou o professor Natan Monsores, que é coordenador do Observatório de Doenças Raras da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade de Brasília (UnB). Na ocasião, ele destacou que neste sentido, de facilitar a informação, estão a desenvolver um aplicativo denominado RarasNet. O especialista alerta para buscar as informações em fontes online corretas e ressalta iniciativas como do Google, de redirecionar buscas por determinadas doenças para sites de hospitais, por exemplo. Conforme Cardoso et al. (2021) a atenção também deve ser dada para os riscos do

[124] Genética na Medicina, tradução livre.

autodiagnóstico e automedicação e uso de redes sociais online, observando as boas práticas na promoção de saúde.

Conforme Mafalda Eiró-Gomes e Andreia Garcia (2020), hoje temos muito mais oportunidades de comunicar saúde (Moorhead, Hazlett, Carroll, Irwin & Hoving, 2013). Principalmente com as redes sociais online, na qual a sua utilização indicou alguns benefícios que foram identificados em uma pesquisa que analisou 98 estudos publicados entre 2002 e 2012. Foram apontados como principais benefícios: a) as interações crescentes; b) mais informações disponíveis e partilhadas; c) aumento do acesso à informação de saúde; d) apoio social e emocional; e) vigilância da saúde pública e f) possibilidade de influenciar a política de saúde (Moorhead et al., 2013, citado em Eiró-Gomes, Garcia, 2020). Dentro disto, o Facebook é uma das plataformas de comunicação mais populares e o seu potencial na comunicação para a saúde tem sido reconhecido por diversos estudos académicos (Burton et al., 2019; Gold et al., 2011; Woolley & Peterson, 2012), conforme apresentam as autoras (Eiró-Gomes & Garcia, 2020).

Finalizando a questão da mediação da saúde, na recente campanha de vacinação contra a Covid-19, a fabricante farmacêutica da vacina Pfizer, introduziu a vacina em um Game, com o intuito de aumentar a conscientização e divulgou a hashtag #VacinaInGame, onde as pessoas que se vacinarem recebiam pontos no jogo Cidade Alta.

3.6 Participação na saúde

Comunidades de pacientes médicos, jogadores de videogame, músicos com seus públicos e inúmeros outros. Todos encontraram no online uma forma de troca de ideias e informação. No caso da medicina, o agrupamento online se mostrou muito eficaz na melhoria do estado dos pacientes e dos familiares, que ao conversarem com pessoas que tinham os mesmos problemas, se sentiam melhores e inclusive trocavam dicas e vivências. Da mesma forma, com os médicos, os profissionais de saúde, os cuidadores, entre outros. Embora essas comunidades pareçam marginais à política no sentido usual, elas estão redefinindo o político em resposta à onipresença da tecnologia. Feenberg (2012) em sua

pesquisa mostrou como os interesses dos participantes desfavorecidos em sistemas como medicina, telecomunicações e sociedade industrial em geral, gradualmente se articularam e levaram ao surgimento de ações politizadas em formas de nós (e de redes), que desafiaram a ordem hierárquica existente. Com coletivos tomando decisões e ações individuais, pacientes com SIDA, os ambientalistas, feministas, ativistas de direitos humanos e diversos outros, demonstraram claramente que o tecnológico pode ser político (Feenberg, 2012).

A comunidade virtual é o lugar onde os indivíduos se organizam em torno de um interesse em comum e a interação é realizada por meio de plataformas comunicacionais online, como o Facebook (ou qualquer outra rede social digital), onde muitos pacientes ou interessados compartilham informações e experiências. Especificamente em Portugal:

> O tema da participação tem assumido grande relevância no âmbito das democracias ocidentais. De facto, um dos temas centrais dos processos de reforma sanitária dos últimos vinte anos tem sido o reconhecimento da centralidade do utente e da importância da sua voz. Em Portugal, os últimos dois Plano Nacionais de Saúde (2004-2010 e 2012-2016) atribuíram muita importância à participação pública. O Decreto-Lei n.º 28/2008 instituiu os Conselhos de Comunidades nos Agrupamentos dos Centros de Saúde com o objetivo de aproximar os cuidados primários à comunidade e incentivar a participação de diferentes atores, tanto instituições como associações (Serapioni, 2016, p. 137).

Nas sociedades modernas contemporâneas fundadas nos princípios do *welfare state*[125], a saúde não é apenas um conjunto de serviços e cuidados de saúde de que a população dispõe, é entendida como um bem central e prioritário, como um estado de completo bem-estar bio, psico, social, tal como é conceptualmente promovida pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Isso significa que, além de um direito, a saúde tem vindo a estabelecer-se como resultado – pelo menos, em alguns países – de novas formas

[125] *Welfare State*, traduzido para o português como Estado de bem-estar social, é uma forma de organização política e econômica que posiciona o governo como um agente assistencial. Ou seja: o Estado se torna responsável por promover o bem-estar social e econômico da população, garantindo educação, saúde, habitação, renda e seguridade social aos cidadãos.

de organização que em certos casos se mobilizam para enfrentar custos elevados, crescente complexidade e baixa resolutividade no setor (Gomberg et al., 2017).

Acreditar em algo e agir para efetivação do que se acredita é o que fazem os participantes de uma ONG voltada para a área da saúde, que é muito conhecida no Brasil, denominada “Doutores da alegria”. Para apresentar uma situação prática na vida cotidiana, utilizamos o exemplo dessa organização que já existe há 25 anos, possui mais de dois milhões de seguidores no Facebook e no mesmo perfil, existem mais de 31 mil avaliações (novembro/2021). Já há diversas pesquisas científicas desde 1993, que referem o trabalho desenvolvido por essa ONG, mas poucas na área da comunicação. Este é um projeto que junta muitos dos conceitos que serão abordados nesta pesquisa e que leva para a prática cotidiana. O movimento tem um objetivo que é trazer um novo olhar a respeito do doente, já que o grupo em consenso entende que o médico olha para um paciente e normalmente vê apenas a doença. Nesse caso, a ONG entra no hospital e através da figura do palhaço, tenta levar alegria e uma outra ótica sobre a situação em que a pessoa se encontra, para trazer não o que a pessoa tem de doente, mas sim, o que ela tem de vida. Trazendo consequências positivas óbvias e resultados de melhora significativa no quadro técnico de saúde.

> A pesquisa online de informações sobre saúde está longe de gerar consensos. Porém, a procura de respostas sobre doença e saúde, incluindo a interação com pares em comunidades virtuais, tem-se imposto face à facilidade de acesso a respostas e à invisibilidade que a internet permite, em particular quando a urgência, a dúvida, a ansiedade ou o medo da discriminação estão presentes. A internet transformou-se, assim, no cenário de fundo que liga os cidadãos à informação e aos vários atores da saúde, sejam profissionais, investigadores, pares individuais ou associações (Crisóstomo et al., 2017, p. 10).

Em diversas pesquisas é referido que a comunicação tem um poder terapêutico, o ato de se expressar facilmente através dos aparelhos móveis e nas vivências online tem o poder em alguns casos, de fazer bem para o bem-estar e psiqué - e até “curar”. Percebe-se que o poder de comunidade, neste tipo de grupos, é evidenciado: muitas pessoas agem como se fossem “amigas” online, embora muitas vezes, não se conheçam e isso acaba por

gerar uma sensação de acolhimento, um poder afetivo, uma sensação de não estar só, estabelecendo-se um ato conectivo que se dá através da comunicação.

No que diz respeito aos movimentos sociais, além de entender o que motiva a participação, os estudos se voltam para compreender como a identidade coletiva é construída, alguns estudos refletem a mudança de identificação com grupos diferentes de classes sociais e os sociólogos da área da saúde mostram que a identidade pode ser profundamente modificada quando do descobrimento de doenças crônicas (Giddens & Sutton, 2017).[126]

No campo da sociologia médica, o propósito de entender como as pessoas se relacionam com as doenças, têm sido algo muito produtivo com a finalidade de mapear suas ações com relação aos riscos ligados à saúde. Também com a intenção de desenvolver estratégias para lidar com ameaças globais de saúde, como a segurança da vacina MMR (tríplice viral contra sarampo, caxumba e rubéola) no Reino unido ou da gripe suína, ou ainda os debates sobre o perigo da Internet para as crianças, passam para a esfera de uma política de riscos (Giddens & Sutton, 2017).

Como vimos, o Campo da Comunicação e da Saúde, deve integrar o da Comunicação Estratégica ou ao menos o uso de estratégias de comunicação, tanto por parte das instituições, como por parte dos indivíduos organizados coletivamente em relação à saúde, utilizando os media como forma de desenvolver literacia ou para influenciarem decisões políticas que visam a saúde individual ou pública. Teresa Ruão (2012) coloca que o campo das relações públicas viu a sua atividade estendida por parte dos médicos, organizações privadas do setor, instituições públicas, hospitais e outras organizações na área da saúde. Estas estão hoje numa posição de fontes de informação, que são acessíveis, confiáveis e especializadas, estando deste modo, sempre presentes na agenda mediática. Mas que canais utilizam? As assessorias em saúde,[127] por vezes colocam em causa a

[126] Os sociólogos médicos identificaram uma mudança ao longo do século XX nos tipos de doenças enfrentadas pelas pessoas, menos agudas e mais crônicas, em geral doenças que duram a vida inteira como diabetes, pressão alta e artrite. Conforme doenças crônicas ficam mais comuns, a medicina se mostra menos potente e o modelo biomédico parece menos adequado. Como essas doenças precisam ser administradas em vez de curadas, os próprios pacientes se tornam especialistas em como lidar melhor com a própria saúde, e isso tende a modificar a relação médico-paciente à medida que a opinião e a experiência do paciente se tornam cruciais para os regimes de tratamento. O paciente se transformou em um ser "completo" e ativo, cujo bem-estar geral – não só a saúde física – é importante (Giddens & Sutton, 2017, p. 246).

[127] "O papel das assessorias em saúde: A partir da triangulação de métodos descrita foi, ainda, possível aferir o papel das assessorias de imprensa e das organizações de saúde no processo de produção noticiosa. As organizações de saúde: - São iniciadores da comunicação e promoção dos temas de saúde junto dos media; - São "tradutores" de informação especializada aos media e, por intermédio destes, ao público em geral; - São informadores credíveis e legitimados, ou seja, fontes reconhecidas pelos jornalistas, particularmente as

qualidade do jornalismo e se vêm utilizando *health packs*[128] que facilitam o trabalho de convencimento. Entretanto, além disso, existe uma plataforma com o mesmo nome que se chama *Pack Health* que é uma *Patient Engagement Plataform*, nela o engajamento do paciente é baseado nas evidências de mudanças de comportamentos de saúde, por exemplo. Neste contexto, é importante desenvolver uma comunicação estratégica capaz de ajudar indivíduos, empresas ou instituições na promoção da saúde (Ruão, 2012).

O comportamento e a participação individual e comunitária, bem como a cobertura noticiosa em saúde, cresceram exponencialmente com o cenário da Covid-19, em que muitas pessoas e organizações, junto com os media, assumiram um papel de prestação de informação. Igualmente cresceu o trabalho das assessorias de imprensa de instituições de saúde. O fator de urgência potenciou esse trabalho, fazendo com que houvesse um esforço humanitário global. Ruão et al. (2020) questionam entretanto "em que medida este alinhamento entre as organizações públicas e os media favorece a qualidade da informação no espaço público?" (p. 57). Bem como se "estarão os jornalistas e as organizações a produzir informação para capacitar os cidadãos a tomarem as melhores decisões em saúde, no quadro da pandemia de Covid-19?" (p. 57). Deste modo, uma das preocupações no que tange a participação em saúde está justamente a influência da comunicação mediada no cenário da saúde. Neste caso em específico, interessa referir que a cobertura intensa, também pode causar um efeito contrário ao pretendido, criando alarmismo, medo, conspirações sociais etc. (Ruão et al., 2020).

Findando este capítulo e postas todas estas questões que envolvem ciência, saúde, notícias, *fake news*, literacia dos media, da ciência e saúde, mediação por parte dos canais de comunicação e especialmente a participação potenciada pelas redes sociais online na área da saúde, o próximo passo desta pesquisa irá abordar as mobilizações sociais online, contextualizando e trazendo exemplos.

instituições públicas; do que resulta um acesso facilitado aos media e a constituição de uma "confraria de fontes" com presença permanente nas notícias; - São (co) responsáveis pela promoção da literacia em saúde, o que lhes exige um elevado grau de comprometimento; - São (co) responsáveis pela promoção da saúde das populações, o que lhes impõe um elevado grau de dever e sentido de serviço público." (Ruão, 2012, p. 46).

[128] Pacotes de saúde, tradução livre.

CAPÍTULO 4 - MOBILIZAÇÕES ONLINE

"O trabalho social precisa de mobilização das forças. Cada um colabora
com aquilo que sabe fazer ou com o que tem para oferecer.
Deste modo, fortalece-se o tecido que sustenta
a ação e cada um sente que é uma célula de transformação do país."

Zilda Arns. Médica pediatra e sanitarista brasileira (1934 - 2010)
citado em "Cartilha Voto Ético 2004, publicado por
Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida"

4.1 – Caracterização dos movimentos sociais

Anthony Giddens e Philip W. Sutton (2017), descrevem os movimentos sociais como um "esforço coletivo de favorecer um interesse em comum ou assegurar um objetivo em comum, sobretudo por meio de ações externas à esfera das instituições tradicionais formais e políticas (p. 325)." Os autores descrevem que na perspetiva sociológica convencional, durante boa parte do século XX, os movimentos sociais foram vistos como um fenômeno incomum, junto com as revoltas, tumultos etc., e considerado algo até

mesmo irracional. Contudo, a partir da década de 1920, a Escola de Chicago[129] transformou esses episódios de comportamento coletivo, em uma área de estudo e especialidade de pesquisa. E o tema passa então a ser discutido academicamente.

Na sequência destes estudos, sociólogos desenvolveram diversas teorias para compreender os movimentos sociais. Neil Smelser (1962), representou a teoria funcionalista na década de 1950, com a teoria do "valor agregado", nesta entendia-se que cada etapa do desenvolvimento do movimento, "agregava valor", e os movimentos surgiam como resultado de *tensões estruturais*. Segundo essa teoria, seriam necessários seis elementos para que um movimento social se articulasse: (a) O contexto social deve viabilizar a formação do movimento; (b) os ativistas precisam sentir uma tensão estrutural entre a realidade e as suas expectativas, o que leva à frustração e desejo de mudança; (c) as crenças sobre as causas devem ser difundidas; (d) e deve haver um evento disparador, como sanções severas da polícia durante protestos ou algum incidente simbólico fundamental que faça ressoar a mensagem do movimento. Se esses quatro elementos existirem, há probabilidade de acontecer uma mobilização. (e) A criação de redes sociais de manifestantes e ativistas e em seguida, (f) a resposta das autoridades são as etapas finais cruciais e podem muitas vezes serem fatores determinantes para a eclosão ou dissipação dos movimentos. Já nas décadas de 1960 e 1970, surgiram novos movimentos sociais, que se organizavam de forma diferente e ficaram conhecidos desta forma (Novos Movimentos Sociais – NMS), exigindo novas formas de análise (Giddens & Sutton, 2017).

Giddens e Sutton (2017) explicam que os movimentos sociais, costumam ter ciclos de vida:

[129] Nome dado a um grupo de professores e pesquisadores da Universidade de Chicago, que nasceu nos Estados Unidos nos anos 1920, trazendo uma série de contribuições à sociologia, psicologia social e ciências da comunicação.

> Em primeiro lugar, existe uma "ebulição social", quando as pessoas se agitam em relação a algum problema, porém a atividade não tem foco e é desorganizada. Em seguida, passa-se para um estágio de "excitação popular", em que as fontes de insatisfação ficam mais claramente definidas e compreendidas. Na terceira etapa, criam-se organizações formais, as quais coordenam o movimento em ascensão, tornando possível a realização de campanhas mais eficazes. Finalmente, o movimento se torna institucionalizado e aceito como parte da vida política da sociedade. Claro que alguns movimentos obtêm apenas parcialmente, enquanto outros fracassam totalmente. Alguns resistem por longos períodos, porém outros simplesmente ficam sem verbas ou perdem o entusiasmo, finalizando o ciclo de vida (p. 326).

Ainda sobre conceituações dos movimentos sociais, Maria da Glória Gohn (1997), diz que as abordagens clássicas dos movimentos sociais predominaram até os anos 1960 e foram divididas em cinco correntes teóricas, mesmo que três delas fossem específicas dos movimentos sociais. Para os membros da Escola de Chicago, os movimentos eram vistos como reações psicológicas, nomeadamente às privações socioeconômicas. Já na teoria da sociedade de massas, os movimentos eram apenas expressões irracionais de comportamentos, em função de não seguirem a lógica tradicional. A terceira corrente estudou os movimentos relacionando as classes e as relações sociais. A quarta perspetiva, retomou o entendimento psicossocial na análise dos movimentos. E a quinta corrente, que foi chamada de "organizacional-institucional", facilitou a evolução de todas as abordagens sociais (Gohn, 1997).

É difícil estabelecer um ponto de distinção clara entre os movimentos espontâneos e os criados estrategicamente. Isso porque todo movimento, por mais simples que seja, compreende algum grau de organização, inclusive se nascer espontâneo a cerca de uma oportunidade política, ele poderá nascer espontaneamente, mas não seguirá somente com este critério. Alexandre Reis Rosa e Patrícia Mendonça (2011), explicam que as teorias sobre os movimentos sociais enfrentam dificuldades, nomeadamente no que tange a sua pluralidade de formas que impossibilitam a formação de um único conceito e de uma forma unânime de estudar a ação coletiva. Muitas tentativas foram efetuadas para tentar

compreender os movimentos desde o surgimento do termo "movimento social", por Lorenz Von Stein, em 1842 (Gohn, 2008). As OMS (Organizações de Movimento Social), que falavam da estruturação dos movimentos como organizações, abordadas por McCarthy e Zald (1997), na verdade, revelavam como eram difíceis de serem distinguidos de outros grupos de interesse. Além disso, o facto de enfatizar a profissionalização do movimento, em certa medida, não atendia os movimentos de base, conhecidos como *grassroots*.[130] Os recursos organizacionais também se tornam mais complexos ao analisar as condições de desigualdade em determinados territórios (Rosa & Mendonça, 2011).

Já entre as décadas de 1960 e 1980, ocorreu uma onda de movimentos sociais em vários países no mundo. Foram movimentos em prol das pessoas com deficiência, estudantis, pelos direitos civis, em defesa das mulheres, ecológicos e pelos direitos dos gays. Esse conjunto de movimentos, ficou conhecido, como citado acima por Giddens e Sutton, como os novos movimentos sociais (NMS). Existe ainda, nos NMS um outro campo que envolve o sindicalismo e o movimento de agricultores. De modo geral, os movimentos sociais nesta época, foram vistos como tentativas coletivas de melhorar a sociedade. Atualmente, a variedade de movimentos é ainda mais amplificada, tornando-se impossível citar todos, mas incluem os movimentos feministas, sindicalistas, ambientalistas, LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, queer, intersexo e assexuais), movimentos trabalhistas e continua (...). Indubitavelmente, são coletivos com bastante força e bem organizados, que podem alcançar bons resultados. Entre tantos exemplos que temos hoje sobre isso, outro deles, foi o movimento que lutava pelos direitos civis, na década de 1960, nos Estados Unidos, que conseguiu alterar a legislação e desde então, foi tornado crime, a segregação racial nos espaços públicos. Grupos como a al-Qaeda, por exemplo, adotam muitas táticas e formas de agir dos NMS, mas o uso de violência extrema passa uma mensagem simbólica completamente oposta aos movimentos que, em suma, são pacíficos (Giddens & Sutton, 2017).

Boaventura Sousa Santos (2001) comenta que os movimentos sociais, bem como a participação social e a ação coletiva, são naturalmente um pilar intelectual da sociologia. Entendendo que a década de 1980, com os movimentos sociais democráticos, foi brilhante,

[130] É a denominação destinada a um tipo de movimento social, que ressalta os grupos locais, com uma liderança forte e centralizada, mas com uma hierarquia mais horizontal, ao invés de vertical. Podendo ser chamado também de movimento de raiz.

uma reabilitação surpreendente. Colocando fim ao *apartheid*,[131] ao conflito Leste-Oeste[132] e havendo um abrandamento da ameaça nuclear. Boaventura Sousa Santos disse que "a novidade dos NMSs não reside na recusa da política, mas ao contrário no alargamento da política para além do marco liberal da distinção entre Estado e sociedade civil" (2001, p. 226). Contudo, comenta o autor, o mais interessante é que fazem tanto uma crítica da regulação capitalista, como uma crítica socialista, como foi defendido pelo marxismo. Ao identificar novas formas de expressão, que perpassam as relações de produção, como a guerra, o machismo e a poluição, defendendo uma vida mais voltada para a cultura e a própria qualidade de vida, os novos movimentos sociais revelam os excessos que afetam a sociedade (Santos, 2001).

Na década de 1990, aparece uma nova classe de movimentos, conhecidos como MAG – Movimentos Antiglobalização. Antiglobalização é uma expressão genérica que foi utilizada durante aquela década e que descrevia o movimento de oposição aos aspectos capitalistas-liberais da globalização. Tinha como foco reivindicar o fim de alguns acordos comerciais e defendia que houvesse o livre trânsito do capital financeiro internacional. Ganhando força e representatividade, no ano de 2001, foi realizado o primeiro Fórum Social Mundial na cidade de Porto Alegre, Brasil, este acabou por se tornar um dos principais movimentos antiglobalização, unindo uma multiplicidade de objetivos. São indivíduos que atuam em iniciativas globais através de vários pontos de vista: social, econômico, cultural ou político. Apesar de estarem em situações diferentes e buscarem coisas distintas, todos eles desenvolvem uma ação comum e constituem uma rede de comunicação. Está aqui em causa a questão da importância da identidade, definida no interior do movimento e com outros agentes no espaço público, fazendo com que a identidade esteja muito ligada à solidariedade e à noção de comunidade. Os canais de comunicação e de circulação da informação, possibilitam o intercâmbio e fluidez nas relações, permitindo construir infra estruturas organizacionais nos movimentos e fazendo os funcionar em rede. Numa rede que conecta os movimentos locais com os globais, afirmando a posição dos movimentos na prossecução de alternativas em relação ao domínio econômico e possíveis tentativas de homogeneidade cultural (Cabo, 2008).

---

[131] O Apartheid foi um regime de segregação racial que perdurou de 1948 até 1994, na África do Sul. De acordo com isto, só os brancos que eram minoria, poderiam votar.

[132] Começou após a 2ª Guerra Mundial, e dividiu o mundo entre dois sistemas econômicos opostos. De um lado, o capitalismo, representado pelos Estados Unidos da América (Oeste) e de outro, o socialismo, representado pela URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (Leste).

Alain Touraine, coloca uma questão intrigante que é se devemos continuar a falar de movimentos sociais ou antes de movimentos culturais, entendendo que existe uma deslocação do campo simbólico, e deste modo, o que é defendido pelos movimentos é definido em questões que não são apenas sociais (mas também culturais) (Touraine, 2004, p. 723). Contudo, não deixando de falar e ter em mente o social, já que é evidente a sua capacidade de atuação neste campo. Touraine explica que há uma separação entre os movimentos que tendem a tornarem-se culturais e os movimentos morais e históricos, que ultrapassam o contexto político, atingindo o sistema organizativo e as redes de comunicação (Touraine, 2004, p. 724). Melucci (1996 in Cabo, 2008), por exemplo, se distancia do entendimento de Touraine ao colocar o enfoque na heterogeneidade dos novos movimentos, atuando em vários campos de ação e na questão de terem objetivos pouco negociáveis. Touraine entende que especialmente no campo da sociologia que engloba a sociedade atual, os movimentos sociais devem ser tidos como área de estudo central, pois eles funcionam como uma espécie de ponte entre as novas formas de vida política e as novas tecnologias, gerando uma nova imagem e um novo conceito para a vida social. Fundamental lembrar que as novas formas de mobilização, do mesmo modo que as "velhas" formas, procuram, em última instância, obter algum impacto a nível político (Cabo, 2008).

Ana Isabel Cabo (2008) afirma que hoje convivemos com duas formas de democracia – a democracia representativa e a democracia participativa – o que pode ser considerado um facto positivo desde logo, porque isso traz para a agenda pública, novas questões e, além disso, por reforçar a criação de laços com estes atores emergentes no espaço público. A partir dessa constatação, a autora portuguesa faz a seguinte colocação:

> terá também de ser o Estado ao contrário do que pressupõe o liberalismo, a ter um papel interventor no campo da defesa da democracia através da comunicação política, o que implica a promoção de debates continuados para que os cidadãos estejam na posse dos dados em discussão e para que, a partir de alternativas, possam realizar as suas escolhas. Estamos, então, no domínio da cidadania como componente essencial da ação coletiva. O relacionamento dos movimentos com o aparelho político não pode, com efeito, ser desligado da questão da cidadania. Ao procurarem impacto político, a lógica dos movimentos não se inscreverá numa lógica de prolongamento da cidadania? (p. 50).

A cidadania é concebida então como uma possibilidade de pensar novas formas de pensar e agir que passam a ser coletivas, que não se fundam em direitos gerais e abstratos, bem pelo contrário, incentivam a autonomia e personalizam as competências coletivas. O conceito de cidadania é importante e deve ser ampliado, além dos direitos e deveres, já bastante difundido. Existe, para Santos (2001), uma "socialização do individual" e uma "individualização" dos problemas sociais, ou seja, as pessoas usam os seus problemas individuais (por exemplo, relações afetivas ou raça) e o colocam ao nível de uma luta coletiva. As fronteiras entre o individual e o coletivo ficam desta maneira, mais difusas, dentro dos movimentos (Santos, 2001).

David Meyer e Sidney Tarrow (1998), interpretam que através da cidadania e sendo um defensor de algum movimento social, as pessoas possuem uma sensação mais concreta de estarem influenciando o direcionamento das sociedades. Foi sugerido inclusive que possivelmente se esteja vivendo uma transição para uma "sociedade dos movimentos sociais", onde os movimentos do passado servem de base para os do futuro, os tornando movimentos sem fronteiras.

Historicamente, os movimentos resultaram como formas de ação reativas relacionados aos contextos históricos. Scherer-Warren (1991, p. 14) comenta que essas reações também podem ocorrer sob a forma de: a) denúncia, protesto, explicitação de conflitos, oposições organizadas; b) cooperação, parcerias para resolução de problemas sociais, ações de solidariedade; c) construção de uma utopia de transformação, com a criação de projetos alternativos e de propostas de mudança. Entretanto, o mesmo movimento pode apresentar três dimensões de forma simultânea: propositiva, contestadora

e solidária, conforme cada projeto se propõe. O sujeito dentro destes grupos identitários, se constitui nas relações sociais, através do respeito ao outro, autonomia e alteridade. Desta maneira, um movimento social, para Scherer-Warren (1991) é **"**um conjunto mais abrangente de práticas sócio político-culturais que visam a realização de um projeto de mudança (social, sistêmica ou civilizatória), resultante de múltiplas redes de relações sociais entre sujeitos e associações civis" (p. 15).

Os movimentos que propõem projetos civilizatórios, ligados à diversidade cultural e justiça social, segundo Scherer-Warren (1999) vão fortalecendo-se à medida que se conectam dialeticamente com as seguintes dimensões de representação social: a) as culturas e a ética; b) o conhecimento da ciência; c) possibilidades políticas de transformação; d) compromisso com o coletivo e construção de uma esfera pública democrática (p.16). A ideia é contribuir para a reflexividade dos indivíduos, não caindo em mero tecnicismo ou em uma ciência superespecializada, que não comunica com a população. Nos cenários da globalização, as redes se articulam nas mais variadas escalas, das mais locais às mais globais. O movimento feminista é um exemplo que compreende muitas práticas e conecta vários grupos diferentes dentro de um movimento maior, articulam-se com grupos femininos comunitários, com representantes da esfera pública, com ONGs[133], estabelecendo as mais diversidades ligações e laços, que podem ser fracos ou fortes. Para a autora, os laços fracos seriam mais vinculados apenas à proximidade geográfica, os laços fortes seriam representados pelas ideias em comum (Scherer-Warren, 1999).

Com base nisto, diversas perguntas são colocadas por Scherer-Warren (2005):

[133] A autora diz que ocorre uma simbiose entre ONGs e movimentos sociais como forma de fortalecimento mútuo, delineando um novo campo de pesquisas, o da rede de movimentos sociais (Scherer-Warren, 2005).

> Como se combina a descentralização como aspecto inerente ao ideal de rede, com a questão da representação democrática na gestão pública, ou seja, como é concebida a questão da representatividade com base em uma dinâmica política das redes tendo-se em vista a participação do poder público local? Como se combinam as redes sociais do cotidiano (vizinhança, amizade etc.) com as redes político-estratégicas que visam interferir no poder citadino? Como se confrontam as diferenças, as diferentes lógicas, as relações de poder e os conflitos de interesse em relação à esfera pública? Há mecanismos de regulação dos conflitos no interior das redes? Enfim, como interagem solidariedade e conflito? (p. 29).

De forma genérica, a autora identifica os seguintes pontos de referência com o propósito de analisar as redes quando se trata de ações coletivas, iniciativas cidadãs e assim por diante: - territorialidade e/ou espacialidades; - temporalidade e/ou periodicidades; - sociabilidade e/ou articulações político-ético-culturais (Scherer-Warren, 2005, p. 34). A autora cita Randolph (1993) que, por sua vez, busca entender a construção de territorialidades com base na presença de novas redes. Simplificando, redes de solidariedade, por exemplo, estabelecem seus trabalhos em vários territórios diferentes. Randolph, desta maneira, visualiza um mapa das redes sociais que predominam em um espaço desterritorializado e possuem uma temporalidade expandida e uma sociabilidade pluralística. Com base nisso, Ilse Scherer-Warren (2005), coloca que novos direitos vão sendo conquistados, seja no âmbito individual, ou no plano de garantias de direitos coletivos. Através de diversos atores sociais e movimentos, está construindo-se uma esfera pública convocatória, que propaga uma nova ética e exige mais transparência por parte do Estado. Entende que os processos de globalização tecnológica e econômica criam condições para a desterritorialização da cultura (e dos movimentos) e para uma internacionalização da política (Scherer-Warren, 2005).

Indo ao encontro do pensamento de Touraine, Scherer-Warren (2005), expressa que mais do que apontar a diferenciação entre velhos e novos movimentos, o que significaria uma ênfase nos tipos de movimento, é mais relevante estudar os elementos culturais emergentes tanto nos movimentos mais tradicionais como o dos sindicatos, como também nos mais recentes, étnicos, de gênero etc. Buscar estes novos espaços de representação

pode significar um sintoma de crise dos velhos sistemas de representação (principalmente através de partidos políticos). A autora brasileira cita alguns exemplos de movimentos no Brasil: Movimentos dos Sem-Terra, Movimento das Barragens, Movimento das Mulheres Agricultoras e o Movimento de Bairros Periféricos, muitas vezes estes movimentos têm como mediadores a Igreja, através das Pastorais. Já o Movimento ecológico, por exemplo, se distingue dos antes citados, porque não busca a resolução de uma situação específica e sim, apresenta dificuldades porque efetivamente pretende alterar e fazer repensar valores tradicionais. Já que o espaço público, por vezes, parece um espaço privado dos dominantes, embora existam os movimentos para fortalecer a cidadania, não somente através de organizações formais, mas também de redes informais que conectam os indivíduos (Scherer-Warren, 2005).

Scherer-Warren define que existe em relação aos coletivos em rede uma diferenciação entre o que são os movimentos sociais em rede e as redes de movimentos sociais. Por exemplo, o movimento feminista hoje é uma rede constituída como um movimento social subdividido em diversos segmentos, ou pequenos coletivos que, em rede, formam a conexão de uma rede de movimentos, unidos no sentido local, global e vice-versa (como apresentado no subcapítulo 2.2). Deste modo, para Scherer-Warren (2005),

> uma rede de movimento social: refere-se à articulação entre vários atores ou organizações que participam dos níveis organizacionais. Esta pressupõe a identificação de sujeitos coletivos em torno de valores, objetivos ou projetos em comum, os quais definem os atores ou situações sistêmicas antagônicas que devem ser combatidas e transformadas. Em outras palavras, o movimento social, definido enquanto uma rede de caráter político pressupõe a construção de uma "identidade" coletiva ou "identificação grupal", a definição de "adversários" ou "opositores" e um "projeto" ou "utopia", num contínuo processo de formação política, resultante das interações das múltiplas articulações (p. 80).

Assim, a ideia de uma rede de movimento social faz referência a um nível mais politizado e complexo das ações coletivas, que busca a "transformação do status quo de grupos sociais que se consideram em situação de exclusão, desigualdade ou discriminação, ou mesmo que lutam por mudanças sistêmicas mais amplas" (Scherer-Warren, 2005, p.

81). Entrementes, uma rede de movimento social faz refletir a respeito do que muitos críticos desconsideram sobre os movimentos sociais atuais, que é a sua força estrutural. Deste modo, pode-se falar em níveis de redes e conexões coletivas articuladas em relação a um projeto, antes de falar que existem muitos movimentos feministas, por exemplo. O mais relevante, contudo, é que "o fortalecimento da sociedade civil (*empowerment*)[134] está associado à capacidade dos sujeitos sociais de se articularem, tornando-se atores de ações coletivas amplas e impactantes na esfera pública" (Scherer-Warren, 2005, p.83). Processo que certamente envolverá os media e mais do que o processo em rede (offline) citado pela autora, mas também as redes sociais online.

4.2 A agenda mediática nas mobilizações online - uma arqueologia em rede

Para os movimentos será importante garantirem uma boa cobertura dos media, porque isto terá um impacto determinante na repercussão do movimento em relação à opinião pública. Uma boa história contada nos media, com espetáculo, drama, noticiabilidade e imagens, pode garantir um bom "papel" na televisão, por exemplo. Movimentos (que perpassam a esfera do online) que se utilizam da violência física para chamar a atenção dos media, mostram como os critérios de noticiabilidade (Traquina, 2005) muitas vezes exemplificam a importância de quebrar o que é normal, colocando o conflito numa posição dos enquadramentos mais frequentes por parte dos media. Não obstante, existe um outro conjunto de fatores bem amplo, que engloba as práticas e valores institucionais, os valores-notícia (Traquina, 2005) e as próprias rotinas jornalísticas, que podem acabar por condicionar a noticiabilidade de um evento (Cabo, 2008).

A Batalha de Seattle, por exemplo, reuniu estudantes, ativistas diversos, agricultores e etc. e contou com duas frentes, uma que era mais pacífica e outra que defendia o confronto. É considerada a principal manifestação dos Estados Unidos desde os protestos contra a Guerra do Vietname. Estes protestos se tornaram importantes justamente porque permitiram a convergência de vertentes diferentes de movimentos, mostrando uma nova estrutura baseada em novas questões democráticas e ao mesmo tempo de um

[134] Fortalecimento, tradução livre.

movimento radical, que teve uma exposição mediática muito forte e propulsora do movimento ao exibir através da televisão, imagens de repressão policial (Cabo, 2008).

Da mesma forma, a professora Christa Berger, ao falar sobre o Movimento Sem-Terra (MST) diz que eles precisam tornar suas reivindicações fotografáveis e fornecer para a imprensa material que irá atrair atenção para sua causa. Os movimentos quando conseguem atrair os media, possuem um outro desafio que é comunicar sua mensagem de forma adequada. É arriscado à medida que os media podem fornecer uma imagem diferente do que é pretendido, mas as estratégias dos movimentos passam sempre por uma maneira de chegar à imprensa. Como nem sempre as novas formas de ação coletiva conseguem a projeção desejada, a relação que os movimentos estabelecem com os media é uma normalmente uma relação de dependência dos primeiros com os segundos, já que são eles que evidenciam os movimentos ao espaço público, possibilitando alcançar mais participantes, aumentando o campo de ação e o reconhecimento dos próprios, fornecendo validação e legitimidade. Tudo isso acontece numa disputa pelo espaço midiático cada vez maior. A espetacularidade[135] e mesmo a violência exercida por alguns movimentos, são estratégias que vão de encontro aos critérios de noticiabilidade dos media. Contudo, como referido, essas estratégias podem levar para o público uma imagem diferente da idealizada aos olhos da opinião pública (Cabo, 2008).

Nesta questão o que facilita é estar sob os olhos de vários meios de comunicação, que por sua vez, se conectam entre si, embora possam parecer isolados uns dos outros - o que contribui para a força e representatividade do que é apresentado e de seus produtos mediáticos diante da sociedade receptora. *"A articulação entre os meios permite a legitimação da informação que divulgam"* (Tuzzo, 2011, p. 58).

Márcio Henriques Simeone (2005) corrobora com esse pensamento ao entender que os media podem ser um excelente aliado no que tange a gerar comoção pública e que inclusive pode ser o *start* para que se inicie a mudança de realidade pretendida pelo movimento online. O imperialismo do *news*, ou a necessidade natural de novidade, faz com que as pessoas estejam abertas à recepção de sempre novos conteúdos. Conforme o autor,

---

[135] Hoje, temos a formação de uma nova sociedade do espetáculo, no sentido do livro de Guy Debord, *La société du spectacle*, lançado originalmente em 1967. Nossa relação interpessoal é mediada através de imagens, cada vez mais com as redes sociais, onde existe uma necessidade de "espetacularizar" todos os aspectos da nossa vida. O parecer cada vez se torna mais importante do que o ser e o ter. Os indivíduos, por vezes, deixam de viver da forma que gostariam de viver para reproduzir o espetáculo, presos à uma dominação mediática.

contudo, a tendência é que as ações provocadas a partir deste *start* não tenham tanta continuidade, a não ser no caso de grupos que estão diretamente envolvidos na situação. Henriques (2005) indica que se use uma comunicação dirigida, ou seja, micro intencional, focada especificamente em cada caso e em cada público, isso possibilitará ações muito mais coesas ao longo do tempo, pois ao transmitir informações de forma orientada, se criará um público identificado. O contexto interativo de copresença[136] promove uma proximidade entre os indivíduos. "Colocar estes níveis numa linha progressiva permite entender claramente que a vinculação dos públicos com os projetos de mobilização social é um processo evolutivo, que se constrói através da intervenção da comunicação." (Henriques, 2005, p. 45). Ao criar estratégias de comunicação, é importante que se apresente fatores de identificação com o projeto mobilizador. O autor cita 3 dimensões em que esses fatores podem ser pensados: a) dimensão estética - as pessoas se mobilizam pelo que é atrativo e cativante para elas subjetivamente, focado em sensações prioritariamente à inteligência; b) dimensão ética – as pessoas se mobilizam por questões individuais e coletivas baseadas em crenças e valores; c) dimensão técnica – as pessoas se mobilizam porque podem contribuir repassando um conhecimento técnico que orienta os hábitos dos demais indivíduos, tendo uma finalidade específica. Henriques (2005) entende que a comunicação estratégica e os processos mobilizadores possuem características em comum, como serem dinâmicos, mutáveis e interativos (Henriques, 2005).

Quando os movimentos representados por coletivos informais geram ações de protestos, eles são normalmente noticiados pelos media em geral, inteirando a população disto. Quando não são formados pelas ONGs, os grupos mobilizados colocam em pauta a sua criação e a forma que chegou à visibilidade. E as redes sociais online têm sido a maior resposta para a constituição destes grupos, possibilitando espaços de participação e de ativismo. Através das plataformas online, há uma causa ou objetivo e os indivíduos podem atuar em uma esfera pública digital. Esta é facilitada pelos dispositivos tecnológicos, especialmente o telemóvel, como antes mencionamos. Os *locative* media[137] possibilitam

---

[136] Corresponde a um ambiente virtual onde duas (ou mais) pessoas estão juntas, através de uma conexão de rede, contudo não estão realmente no mesmo local. Essa tecnologia permite assim, uma atmosfera de familiaridade e convívio.

[137] Mídia locativa, tradução livre.

Para André Lemos: "As formas e artefatos comunicacionais têm transformado os espaços sociais desde as primeiras cidades até as metrópoles contemporâneas. As mídias locativas, agregando conteúdo informacional a um local específico, criam novas formas do urbano. Vemos essas mudanças na agregação de pessoas em

frequentar diferentes espaços simultaneamente, e desta maneira, os coletivos podem usar os seus seguidores como um sistema de propagação de informação (Cruz & Cerqueira, 2017).

> As redes sociais (online) comportam-se e evoluem como um organismo vivo (Rosnay, 2000). Ao longo do tempo, certas funcionalidades são acrescentadas e outras são eliminadas, o que altera a forma como a administração e a base de utilizadoras/es interagem com e dentro da rede (Frank & Heikkila, 2001). Embora se verifique uma frequente transitividade nas redes sociais, determinadas comunidades internas da rede podem assumir, em períodos de tempo específicos, a centralidade e o controlo através do domínio das ferramentas de disseminação de informação, como líderes de opinião (Frank & Heikkila, 2001; Rogers & Bhowmik, 1970; Rogers, 1995; Salah, Manovich, Salah & Chow, 2013). Os trabalhos centrados nas organizações formais demonstram a importância de líderes de opinião e *influencers* (Bakshy, Karrer & Adamic, 2009; Srivastava & Moreland, 2012) na construção de movimentos sociais (Barker, 2004; Sen, 2012), ao passo que estes coletivos informais (Greenwald, 2008) atuam nas redes sociais online de forma similar ao boca-a-boca (Oh, Susarla & Tan, 2008; Susarla, Oh & Tan, 2010), conduzindo a diferentes níveis de popularidade (Lee & Kim, 2014; Motohashi, Lee, Sawng & Kim, 2012). Os contextos online permitem interações em rede diferenciadas, nos quais as diferentes relações entre os indivíduos definem a forma como se conectam e estabelecem laços (Susarla et al., 2010). Todavia, as redes não são necessariamente coesas. Enquanto uma rede social se modifica de acordo com os objetivos pretendidos, uma teia demonstra uma coesão tendo em vista uma finalidade, na qual os indivíduos criam significados (Francisco, 2011). Uma rede é volátil, uma teia é resistente. Uma rede possui um longo alcance, uma teia possui um curto alcance (Cruz & Cerqueira, 2017, p. 218).

Os movimentos se relacionam com os media, de diversas maneiras. A conceituação relativamente às redes sociais online e os movimentos expostos acima, mostra diversas atuações tendo em conta apenas uma plataforma e uma possibilidade de comunicação entre

áreas Wi-Fi, na busca por zonas de acesso às redes de telefonia celular, nas trocas de SMS, fotos ou vídeos, nas conexões em redes *bluetooth*, na emissão de dados por etiquetas de rádio frequência".

tantas e diversas. Desde que a internet e as redes sociais se popularizaram, várias mobilizações já foram organizadas e conquistaram novos espaços na esfera pública. Os canais, permitem a expansão e o fortalecimento, possibilitando experiências mais livres aos indivíduos e o intercâmbio entre vários coletivos diferentes. Somado ao facto de serem gratuitos e de rápido acesso (Cruz & Cerqueira, 2017).

Desta maneira, fomentando uma arena pública de mediação e produzindo uma arqueologia em rede, Rui Cruz e Carla Cerqueira (2017) comentam sobre o movimento SlutWalk, que é um movimento internacional que surgiu no Canadá, em 2011, e tinha como objetivo combater a culpabilização das vítimas de violência sexual. Os autores entendem que esse movimento é *glocal*, ou seja, uma presença local de um movimento ou cultura global. E contextualizam o caso português e as estratégias de difusão em diversas plataformas de comunicação que requerem a utilização de estratégias comunicacionais articuladas com os diversos públicos (Cerqueira, 2015). Conforme Cruz e Cerqueira (2017),

> espaços públicos-políticos de ação e de deliberação (Arendt, 1986) são utilizados por determinados grupos enquanto espaços estratégicos de produção de discursos de causas comuns. Recorremos aqui ao conceito de contra-esfera pública (Fraser, 1990) ou de uma esfera pública contra-hegemónica (Esteves, 2007) para explicar em que medida estes espaços permitem a discussão pública de determinadas problemáticas sociais, neste caso a violência de género e a cultura de estupro (p. 220).

Quando o público está em evidência, a decisão passa por averiguar quais cidadãos estão dispostos a investir na participação direta, através de ações e quem está somente disponível para promover a rede, através de likes, comentários etc. (Cruz & Cerqueira, 2017).

Conforme Cardoso e Jacobetty (2013) o próprio movimento pode criar uma rede social global de espaços e fluxos, em cooperação com todos os meios de comunicação. Foi através do Facebook, em 2008, ainda nos seus anos iniciais, que se organizou o protesto "*No more! No more kidnapping! No more lies! No more murder! No more FARC!"* (Não mais! Sem mais sequestros! Sem mais mentiras! Não há mais assassinato! Chega das

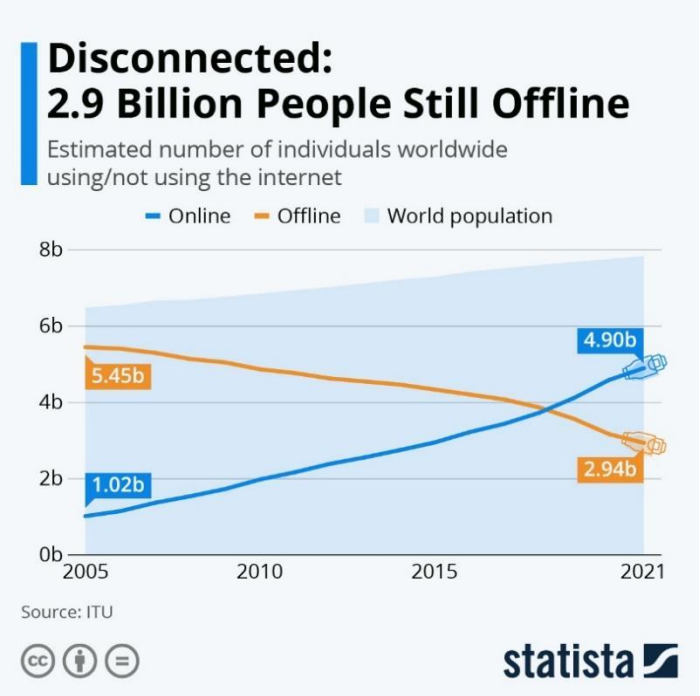
FARC - Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia! Tradução livre da autora), reunindo 100 mil pessoas na rede social e 500 mil pessoas em mais de 165 cidades. Isso tem como fundamentação os modos como é produzida e distribuída a sociabilidade através das redes. Também é um espaço que revela como se consome a cultura e como ela pode influenciar na atividade cívica. É também facilmente observável se utilizar como exemplo, o projeto *#18daysinegypt*,[138] que basicamente é um documentário sobre os protestos no Egito em 2011, que acabaram acarretando na queda do governo. Contudo, interessa aqui perceber que a sua estratégia foi estabelecida a partir de *crowdsourcing*, utilizando as imagens feitas pelos próprios participantes do protesto (Cardoso & Jacobetty, 2013).

O desenvolvimento meteórico da tecnologia é visto com muito entusiasmo e está comprovadamente a atingir marcos fantásticos em um curto espaço de tempo. Como foi visto no capítulo anterior, na área da saúde, toda conjectura de metaverso, telemedicina e afins, revela que apenas se está no início de muita tecnologia que ainda virá. Ela é uma crescente e passa por muitas esferas da vida humana, seja através das redes sociais online, propulsora de muitos movimentos e avanços ou de outras infinitas possibilidades, o que já leva há um próximo questionamento: como serão os movimentos digitais na era do metaverso? Como a comunicação irá ser exercida nesse cenário? Por mais que existam projeções que isto seja algo que existirá muito brevemente, a realidade social atual aponta para um número significativo de pessoas que seguem ainda desconectadas. Conforme o Statista, cerca de 2,9 bilhões de pessoas ainda estão offline, revelando uma enorme desigualdade de acesso (Figura 08).

[138] #18diasnoegito, tradução livre.

Figura 08

Desconectado: 2,9 bilhões de pessoas ainda offline



Nota. Fonte: Statista.com

Para além da necessidade de buscar diminuir essa desigualdade, é necessário ter conhecimento dela ao pensar a comunicação. Dentro deste contexto, vale referir que os movimentos contam com pessoas que só participam presencialmente (offline), outras presencialmente e digitalmente, ou seja, de forma mista e um terceiro grupo que é ciberativista, atuando somente de modo online, conforme Hafner-Fink e Oblak Črnič (2014).

Com base nesta percepção, Ribeiro et al. sublinham o trabalho de Best e Kruger (2005), que realizaram uma pesquisa à população norte-americana e verificaram que a mobilização offline não leva ao ciberativismo, que os recursos necessários ao ativismo online são diferentes da participação presencial e a mobilização online favorece à participação offline. Outro estudo, desta vez realizado pela Fundação Perseu Abramo em São Paulo, conclui que na manifestação contra a corrupção e a favor do impeachment de Dilma Rousseff (mar/2015), 75% dos manifestantes presenciais foram convocados via redes sociais e desse montante, 52% receberam a informação especificamente pelo

Facebook. A mesma pesquisa, contudo, indicou que o acesso à internet não influenciou o ativismo digital, alertando que as motivações individuais continuam sendo mais importantes. Por último, foi identificado que o ativismo online teve influência para contactar os agentes públicos e que existem afinidades entre os participantes no online e no presencial, no que concerne às suas habilidades cívicas (Ribeiro et al., 2016).

A caminhada continua com a contextualização e exemplificação na prática, de tudo o que foi aqui exposto até então. Como citado, as pessoas recorrem cada vez menos a modos formais do fazer política e cada vez mais formam mobilizações online em formatos específicos (Giddens & Sutton, 2017). A internet permite ampla difusão de discursos e alarga o tamanho dos movimentos. A criação da rede de informação Indy Media-Centro de medias independentes, após os confrontos de Seattle, é mais um exemplo indiscutível da eficiência da Internet (Cabo, 2008). Ao mesmo passo que ajuda à existência de um ativismo global, também ajuda a oferecer alternativas aos media tradicionais, aparecendo novos debates e formulações ideológicas.

Mobilizações online por todo o mundo estão sendo organizadas digitalmente, vindo a alterar o panorama da democracia mundial. De um ponto de vista histórico, os MAG são encontrados, por exemplo, no Estado de Chiapas no México (1994), com iniciativas do movimento zapatista. Este movimento, seguindo os ideais de Emiliano Zapata, reuniu milhares de guerrilheiros para tomar as terras e buscar melhores condições para os mestiços, camponeses e índios mexicanos. Sendo, possivelmente, o primeiro movimento simbólico contra a globalização e o combate ao neoliberalismo. Ao não tencionar chegar ao poder e usando estratégias de mobilização apoiadas na comunicação com a imprensa, na utilização de um porta-voz e disseminação na internet, o movimento foi implementado (Cabo, 2008).

Os MAG também acabaram por resultar no Fórum Social Mundial de Porto Alegre, que, por sua vez, foi realizado pela primeira vez em 2001. Considerado pelos sociólogos como um ponto de chegada, porém também de partida nos movimentos de resistência. O evento foi realizado em simultâneo e utilizado como contraponto ao Fórum Mundial de Davos, na Suíça (também conhecido como Fórum Econômico Mundial). Desde então, o Fórum continua a acontecer anualmente e segue com a ideia de politizar despolarizando (Cabo, 2008).

Nos últimos anos, protestos no Egito, Tunísia, Síria e outros países árabes, bem como os *Occupy Wall Street* nos EUA, na Eslovênia, no Brasil e muitos outros países, revelaram o papel da Internet e das redes sociais online como potencializadores de movimentos populares. Certamente, que estes não são a causa dos movimentos, mas sem essas ferramentas que colaboram para que se possa formar organizações virtuais, os movimentos não poderiam existir com essa estrutura.

Na Eslovênia, o movimento começou em janeiro de 2011 e teve fim cinco semanas depois, com o primeiro-ministro a se demitir sob crescente pressão. Um novo governo foi formado, com a indigitação de uma primeira-ministra. O autor sueco Dahlgren (2013), enfatiza o que chama de democracia alternativa, ou em outras palavras, todos os esforços destinados a alcançar a mudança social por meios democráticos, que seja contornando as políticas eleitorais tradicionais. Neste país, foi possível observar: a) coletivos com muita estrutura organizacional; b) uma atmosfera de solidariedade; c) cobertura dos media de massa razoável – enquanto *online* havia um grande debate; d) eficaz expressão de opiniões políticas, incluindo uma boa dose de sátira e outras formas de humor (Dahlgren, 2013).

Já no Brasil, em junho de 2013, o país viu nascer, uma nova manifestação, que começou modesta, somente nas capitais e principais cidades do país, por causa do aumento de 20 centavos no preço da passagem de ônibus, mas acabou tomando proporções gigantescas, se alastrando para centenas de cidades do país e com milhões de participantes. Ao perceber a proporção que o movimento tomava, alguns partidos políticos tentaram se unir ao protesto, o que acabou gerando revolta por parte dos manifestantes, que afirmavam que os políticos "não os representavam". Isto juntamente com outras questões, como o descontentamento com a corrupção, com o mau uso dos recursos públicos e com os gastos excessivos da Copa do Mundo (que aconteceria no ano seguinte), levaram tantas pessoas à rua em um país de enormes proporções geográficas. Quando os atos de violência começaram, as manifestações foram perdendo força (Scherer, 2016).

Todas estas mobilizações organizadas online serviram para mostrar o grande poder democrático da opinião pública. Se a concepção original de democracia eleitoral está associada aos partidos políticos como propulsores da vontade política (Dahlgren, 2013), às populações destes diversos países tiveram a possibilidade de mostrar que a opinião pública pode ter ainda mais poder que os partidos políticos (Scherer, 2016). Em sequência, abaixo são citados mais três exemplos de mobilizações, nomeadamente a Primavera árabe, o 15 de

maio na Espanha e a Geração à Rasca em Portugal. Estes movimentos foram escolhidos para serem apresentados porque fruíram de grande repercussão internacional e tiveram no online a sua grande particularidade, servindo como inspiração e como *start* para diversos outros movimentos.

Em 2021 a Primavera Árabe completou 10 anos, essa que ficou conhecida como um conjunto de revoltas populares que ocorreram no Oriente Médio e no Norte da África.Tudo começou em 17 de dezembro de 2010, quando Mohamed Bouazizi, um jovem vendedor ambulante, acabou jogando gasolina no corpo e ateando fogo em frente à sede do governo da cidade de Sidi Bouzid, no centro do país. Caracterizou-se pela instantaneidade das comunicações que espalharam as notícias sobre as revoluções e sobre mobilizações democráticas. Estes movimentos foram uma oportunidade para expor demandas por liberdade e justiça. Além de terem sido marcadas, por terem fortalecido uma nova forma de ativismo.

No caso do Egito, que tencionava a queda de Hosni Mubarack, os ativistas buscaram no Facebook a sua forma de organização. Eles não esperavam que as pessoas apenas "curtissem" as páginas correlatas ao movimento, mas que houvesse um engajamento na causa, não apenas online, mas também offline. Desta maneira, após 18 dias de protestos em praça pública no Cairo, Mubarack foi obrigado a renunciar depois de ter governado por 30 anos. Entretanto, antes de o fazer, deixou o país sem internet, cortando todo acesso por cinco dias, a fim de evitar a mobilização, exceptuando o servidor usado pela Bolsa de Valores nacional e as comunicações móveis. Desta revolta, surgiu um líder inesperado, Wael Ghonim, que era um executivo do Google e ajudou a organizar os protestos por meio de uma página do Facebook (Del Bianco, 2011).[139]

[139] O Google também teve participação no processo, ao criar um serviço que possibilitou o povo egípcio a utilizar o Twitter através de uma chamada telefônica. Assim, os media sociais puderam ser usados para gerenciar a organização dos protestos. Na Tunísia, o governo foi responsável por bloquear páginas informativas, prendeu bloggers e roubou senhas individuais de perfis no Facebook. Nestas revoltas da Primavera Árabe, a rede de televisão local Al- Jazeera teve um papel muito importante, fazendo a cobertura diretamente da Praça Tahir e incluiu imagens gravadas pelos participantes, o que levou ao bloqueio da emissora tanto no Egito como na Tunísia. Mesmo assim, continuaram a retransmitir *user generated content* que era proveniente desses locais. Esta estação noticiosa recebeu apoio internacional, bem como levou apoio aos protestos e na decorrente mudança política, evidenciando como o contexto comunicativo é decisivo nesses processos populares (Cardoso & Jacobetty, 2013).

Em Portugal, alguns movimentos ganharam dinamismo e protagonismo online, promovendo debate no espaço público. Movimentos como "Que se Lixe a Troika" ou "Geração à Rasca", nasceram e foram fomentados tendo como ferramenta as redes virtuais, desta maneira criando culturas e identidades que lhes são próprias. Ao fazer isso, conseguiram angariar utilizadores, quase como numa espécie de ação de branding. Mais do que isto, os movimentos conseguiram produzir um sentido de comunidade, sendo praticamente emissores e ao mesmo tempo receptores de uma ideologia compartilhada (Cruz & Cerqueira, 2017).

O "Geração à Rasca", especificamente, tem seu "primeiro ato" quando no dia 22 de janeiro de 2011, durante um concerto, a banda portuguesa Deolinda, tocou uma canção que era até então desconhecida do público, mas que descrevia a vida do jovem em Portugal. Não tardou para ser gerada uma manifestação, que teve lugar em várias cidades de Portugal, a 12 de março de 2011. Os protestos foram igualmente como aconteceu com a Primavera Árabe, convocados pelo Facebook e tiveram ampla cobertura dos jornais e canais de televisão portugueses[140] (Cardoso & Jacobetty, 2013).

A manifestação que ocorreu em 15 de maio (15M) de 2011, logo após o movimento presencial do "Geração à Rasca" em Portugal, modificou sutilmente a relação entre o tolerável e o desejável na sociedade espanhola. Foi a primeira vez que as pessoas daquele país viram crescer um "monstro" poderoso na rede. Pode-se dizer que, no caso de Espanha, um movimento auto-organizado foi se formando por milhares de pessoas anônimas nas redes sociais online, entre fevereiro e maio de 2011, com o nome de "Democracia Real Já" (*Democracia Real Ya - DRY*, em espanhol) e com o lema "não somos mercadoria nas mãos de políticos e banqueiros". Inspirados nas revoltas árabes, na revolução islandesa e no calor de uma crise econômica, os indivíduos foram capazes de organizar uma mobilização coletiva disseminada em mais de setenta cidades espanholas (Scherer, 2016).

Cardoso e Jacobetty (2013), dizem que as novas culturas em rede parecem interagir melhor quando participam da cultura popular e depois utilizam essa experiência para esforços cívicos. As manifestações que se disseminaram por 50 cidades espanholas (ao

[140] Nasceu com o propósito de agir de uma forma apartidária, laica e pacífica, e assim, fazer pressão ao governo no combate ao desemprego, na melhoria de condições de trabalho, como também na melhor apreciação e valorização dos graus acadêmicos. Tendo como contexto uma geração muito afetada pelo desemprego, que ingressa no mercado de trabalho com estágios, contratos a prazo e sem muitas perspetivas (Cardoso & Jacobetty, 2013).

mesmo tempo), deram início a uma rede de mobilizações na Europa, gerando consequências econômicas, culturais e políticas. Essa orientação para a mudança social, articulou-se através de duas formas de ação: por um lado, a construção de identidades e sentimentos de pertença através da atividade online e por outro, o acesso aos espaços físicos de encontro, como as praças e edifícios públicos (Cardoso & Jacobetty, 2013).

4.3 – Mobilizações digitais de cidadãos na área da saúde

Os movimentos sociais na área da saúde surgem motivados por uma força política, que incide sobre o acesso à saúde e a sua qualidade, além de buscar uma mudança social mais ampla. Os desafios coletivos às políticas de saúde (médica, sistemas de crenças, pesquisa e práticas), incluem uma grande variedade de circunstâncias, organizações e redes de cooperação. Os governos tendem a buscar por soluções que incluam uma "melhor ciência" na formulação das políticas públicas, tornando a ciência uma autoridade significativa no apoio aos sistemas econômicos e políticos. Esta situação foi catalisada por uma crescente conscientização pública sobre os limites da ciência médica, com o intuito de ajudar nos problemas de saúde que são propagados pela mídia, bem como por dilemas da produção do conhecimento científico, o desejo de aumentar a participação democrática e a regulamentação social. Brown e Zavestoski (2004) dizem que os movimentos em saúde afetam a sociedade de três formas: a) produzem mudanças nos sistemas de saúde em geral e na saúde pública, seja na prestação de cuidado ou na regulamentação; b) produzem mudanças na ciência médica, através de novas pesquisas, inovações e mudanças de prioridade de financiamento; c) produzem mudanças na sociedade civil, na medida que exercem pressão para democratizar as instituições e a formulação de políticas (Brown & Zavestoski, 2004).

Além dos fatores acima mencionados, Brown e seus colegas apresentam três tipos de HSMs (*Health Social Movements*), baseados na tradição americana da teoria do movimento social. São eles: movimentos de acesso à saúde, que buscam melhores condições e acesso mais equitativo; constituintes, que falam sobre a desigualdade entre

grupos sociais; e movimentos de saúde corporificados, ou seja, que abordam a doença em si ou a experiência de doença, que desafia a ciência, o diagnóstico, o tratamento e a prevenção (Vicari & Cappai, 2016).

Conforme Stefania Vicari e Franco Cappai (2016), os movimentos de saúde se caracterizam também por três elementos, que colaboram para que o ativismo em saúde tenha traços mais contemporâneos: a) introduzem a experiência corporificada de uma doença em performances ativistas; b) desafiam diretamente o sucesso da ciência médica na resolução de problemas de saúde e c) facilitam a colaboração entre pacientes, familiares, profissionais de saúde e leigos, através do que os autores chamam de instâncias de interação fluida (Vicari & Cappai, 2016).

Considerando estes modelos, não somente os 'pacientes ativos' (Barbot, 2006) compartilham informações sobre sua doença, todos o podem fazer e se envolver na produção de conhecimento científico. Vicari e Cappai (2016) complementam que as organizações de pacientes têm trabalhado para o alargamento do espaço discursivo que têm como base, doenças específicas, buscando facilitar as interações entre os atores envolvidos na pesquisa biomédica e na formulação de políticas dessas doenças. Entretanto, é preciso ter em conta que os processos de comunicação e a ecologia da mídia, certamente interferem nos processos de interação entre atores institucionais e não institucionais (Vicari & Cappai, 2016).

Para originar atores coletivos e a propagação de quadros coletivos, é preciso uma determinada quantidade de recursos, desde a estratégia de comunicação, suporte organizacional e a consequente dinâmica de adesão. Os autores mais contemporâneos que falam sobre a relação mídia x mobilização, abordam precisamente em que medida a mídia digital consegue modificar as dinâmicas sociais em casos de condições ou recursos limitados. A explicação mais comum é que as mídias digitais podem se tornar recursos e fazer a cobertura da maior parte dos processos de mobilização que antigamente tinham custos altos (Bennett, 2003 in Vicari & Cappai, 2016).

> Essa explicação implica que a mídia digital não altera a dinâmica da ação coletiva; eles simplesmente facilitam seu surgimento onde os recursos são limitados (Vicari & Cappai, 2016, p. 1657).[141]

[141] No original: *This explanation implies that digital media do not change the dynamics of collective action; they simply ease its emergence where resources are limited.*

As organizações de pacientes criam caminhos de informação em saúde online onde são priorizados processos colaborativos de produção e de troca de conhecimento. Dessa forma, conforme Vicari e Cappai (2016), os mecanismos digitais utilizados em sites, por exemplo, geram dinâmicas para compartilhamento de conhecimento em saúde, que se enquadram dentro de processos de comunicação unidirecional. Também geram processos de troca, exercendo uma comunicação bidirecional e ainda, de coprodução, que englobam os processos de *crowdsourcing*, em que os cidadãos podem se vincular em diferentes modos de ativismo em saúde (Vicari & Cappai, 2016).

Na prática, os cidadãos, ao participarem por exemplo, de grupos no Facebook ou com *hashtags* no Twitter, podem estar contribuindo para repositórios de conhecimento em saúde, agregando ao conhecimento de outros colaboradores e assim, gerando informações importantes que possuem relevante interesse público. A partir disso, os profissionais de saúde, cuidadores, reguladores, todos em processos de rede digital, podem desenvolver uma participação estratégica, que facilite os processos de construção do conhecimento em saúde, nomeadamente no caso de epidemias, casos de saúde controversos e difíceis como no caso das doenças raras. Neste caso em específico, o primeiro obstáculo é o número limitado de pacientes afetados por cada doença, assim, as organizações em rede entre as comunidades, desenvolvem um papel fundamental no intuito de chamar a atenção pública para estas especificidades. As doenças raras são um ótimo exemplo para as mobilizações em saúde, mas muitos outros podem ser citados (Vicari & Cappai, 2016).[142]

---

[142] No final dos anos 1960, o movimento pela saúde da mulher começou a desafiar as normas patriarcais embutidas nos estereótipos médicos, enquadrando essas normas como prejudiciais à saúde das mulheres. Vinte anos depois, os pacientes de AIDS defenderam a pesquisa clínica que poderia levar à descoberta de um tratamento para sua doença e os ativistas de saúde mental marcharam pelos direitos dos pacientes com deficiência mental (Brown, Adams, Morello-Frosch, Senier e Simpson, 2010, pág. 380; Cordner, Brown e Morello-Frosch,2014; Epstein,1995,1996; Zoller,2005, pág. 342). Na década de 1990, pela primeira vez, ativistas do câncer de mama chamaram a atenção do público para as causas ambientais do câncer de mama (Brown et al., 2004; McCormick, Brown e Zavestoski, 2003; Pezzullo, 2003). Esses e muitos outros Movimentos Sociais da Saúde (HSMs) compartilham um elemento comum: de uma forma ou de outra, eles desafiam as concepções tradicionais de autoridade médica (Vicari & Cappai, 2016, p. 1654).
No original: *In the late 1960s, the women's health movement began challenging patriarchal norms embedded in medical stereotypes, framing those norms as detrimental for women's health. Twenty years later, AIDS patients advocated for clinical research that could lead to the discovery of a treatment for their disease and mental health activists marched for the rights of mentally disabled patients (Brown, Adams, Morello-Frosch, Senier, & Simpson, 2010, p. 380; Cordner, Brown, & Morello-Frosch, 2014; Epstein, 1995, 1996; Zoller, 2005, p. 342). In the 1990s, for the first time, breast cancer activists drew public attention to the environmental causes of breast cancer (Brown et al., 2004; McCormick, Brown, & Zavestoski, 2003;*

Brown e Zavestoski (2004) mencionam a análise de Ganchoff sobre o ativismo com células-tronco. Esse é um tema que aponta para um conjunto diversificado de atores interessados e preocupados com várias doenças diferentes. De uma forma desafiadora, esse assunto mostra que é necessário entender os movimentos de saúde de uma forma muito ampla, que também inclua os interesses econômicos e governamentais no centro do movimento (Brown & Zavestoski, 2004).

Outro exemplo é o movimento antiaborto nos Estados Unidos (hoje um movimento com grandes proporções e debates em vários países), de um lado, revelaram médicas ativistas e por outro, ativistas feministas radicais que se comprometeram em profissionalizar o movimento. Nos dias atuais, especialmente, gerando um ponto de tensão, pró ou contra o aborto, ou ainda pelo direito de o fazer, que revelam que todos os movimentos acontecem dentro uma cultura muito ampla, em que também há significados simbólicos atribuídos às pessoas e às doenças, o que tem uma grande importância no desenvolvimento do conhecimento científico em torno disto, desafiando lógicas tradicionais: autoridades estatais, culturais e institucionais. Mas os movimentos em saúde, ao se utilizarem de estratégias e ao serem ágeis na sua atuação, conseguem aumentar a participação pública na regulação social e na política, conseguem democratizar a produção e divulgação do conhecimento científico, seja dentro da área da ciência médica ou na pesquisa de saúde pública (Brown & Zavestoski, 2004).

As mobilizações sociais em saúde são organizadas numa vasta gama de interesses. Inicialmente notamos as mobilizações em saúde por parte do Governo, através do SNS (Sistema Nacional de Saúde)[143] em Portugal ou do SUS (Sistema Único de Saúde)[144] no Brasil, bem como partindo de entidades oficiais como a ONU (Organização das Nações Unidas) ou a WHO (Organização Mundial da Saúde), que buscam mobilizar a população, como no caso da vacinação contra uma epidemia. Num sentido de comunicação do global para o local, do macro para o micro. Contudo, as mobilizações também nascem num

Pezzullo, 2003). These and many other Health Social Movements (HSMs) share a common element: in one way or another, they challenge traditional conceptions of medical authority.

[143] O Serviço Nacional de Saúde (SNS) é uma estrutura através do qual o Estado Português assegura o direito à saúde (promoção, prevenção e vigilância) a todos os cidadãos de Portugal. A sua criação remonta ao ano de 1979.

[144] Sistema Único de Saúde (SUS) é a denominação do sistema público de saúde brasileiro inspirado no *National Health Service* do Reino Unido e criado pelos constituintes de 1988 no dia 17 de maio de 1988, na 267 ª Sessão da Assembleia Nacional Constituinte. O Brasil é considerado o único país com mais de 200 milhões de habitantes que possui um sistema de saúde pública universal.

sentido inverso, do micro, ou do local, buscando atenção do macro, que é a esfera pública global. Ou seja, as mobilizações também surgem dos cidadãos organizados em rede, muitas vezes buscando suprir uma necessidade que o Estado não comporta, ou um tratamento que o Estado não propicia. Em boa parte, buscam através destes movimentos, especificamente de necessidades pessoais ou locais, atenção da esfera pública para a possível solução do problema colocado.

A partir da Covid-19, é possível notar de uma forma bem clara o crescimento exponencial dos movimentos online em saúde, grupos pró e contra vacinação, mas também grupos que espalham a desinformação[145]. Grupos políticos debatendo saúde pública. Grupos e mais grupos tecendo uma vasta e complexa teia de informações. Todos falam de saúde, mas como garantir a credibilidade de um movimento?

No cenário atual, em relação aos grupos que promovem a desinformação em saúde, estes movimentos por serem normalmente locais e próximos das pessoas, acabam por influenciá-las de uma forma mais profunda do que as mobilizações vindas de órgãos oficiais, normalmente efetuadas através de campanhas publicitárias e da comunicação emitida através de fontes oficiais de informação. Em alguns casos inclusive, certos grupos tentam descredibilizar o jornalismo e a imprensa. O que pode acarretar consequências graves, para sociedade civil e para si mesmos. Ou seja, a mobilização também ocorre neste sentido, a imprensa organizada, à semelhança do que aconteceu em outros países, como em Portugal, onde jornalistas se uniram para fornecer informações verdadeiras, não por omissão de dados por parte do Governo, mas em combate aos grupos negacionistas.[146]

Tamanha é a diversidade e complexidade deste tema, que a mobilização online na área da saúde também ocorre no caso das "doenças raras", por exemplo, e nestes casos as mobilizações ocorrem principalmente em duas frentes/razões. Uma primeira que busca informações, já que sendo algo raro, as informações por vezes também são escassas e o diagnóstico demorado. Também buscam a formação de uma rede de apoio e contato com

[145] Grupos de médicos, por exemplo, expondo suas opiniões pessoais como se fossem verdades científicas e convidando à recusa da vacina, à violação das regras de protocolo sanitário e à adesão a tratamentos alternativos e não testados. A página do Facebook do grupo "Médicos pela Verdade", tinha em janeiro de 2021, 58. 986 likes. Somam-se a isso, outros exemplos, como o grupo dos "Chalupas", com notícias falsas e negacionistas da Covid-19 ou ainda os grupos contra a vacinação, que surgiram aos milhares pelo mundo, compondo um dos exemplos mais evidente na atualidade. Estes utilizam-se principalmente do Facebook e WhatsApp. Apesar de tudo, a taxa de vacinação em Portugal foi das mais elevadas na Europa.

[146] Em contraponto, surgiu o grupo "Jornalistas pela verdade", que buscavam trazer informações credíveis e desmistificar as informações geradas pelo grupo anterior. Este tipo de grupos, também fizeram crescer a quantidade de agências de *fact-checking* durante a pandemia.

pessoas que passam pela mesma circunstância e que através desse grupo possam se comunicar, encontrar similaridades e até mesmo partilhar dicas e tratamentos. Além disso, normalmente pretendem chamar a atenção para a causa e gerar a conscientização para a questão em específico. E uma segunda frente, que busca a captação de recursos, usualmente através de doações, que serão utilizadas para os tratamentos, que justamente por não serem comuns, muitas vezes se tornam caros. Estes grupos digitais de cidadãos que também aqui podem ser chamados de comunidades de saúde online (CSO), encontraram no online uma forma de ser e estar e as redes sociais passaram a ser um meio comum, onde um indivíduo com determinada condição de saúde pode conectar-se com outro indivíduo no outro lado do planeta e entender como é a realidade dele e desta forma, buscar uma melhora para o seu caso em específico, ou do seu familiar, ou ideias para o movimento específico que apoia.

Em entrevista ao jornal espanhol “El País” e especificamente ao jornalista Borja Hermoso, Jürgen Habermas, em 08 de maio de 2018, disse que “não pode haver intelectuais comprometidos se já não há mais leitores a quem continuar alcançando com argumentos”. Uma crítica clara à superficialidade dos novos tempos e à falta de preparo ao utilizar a internet e as redes sociais online. Ao que se segue, Borja questionou: “O senhor acredita que a Internet, para além de suas indiscutíveis vantagens, criou uma espécie de novo analfabetismo?” Ao que Habermas respondeu:

> O senhor se refere às controvérsias agressivas, às bolhas e às histórias falsas de Donald Trump em seus tuítes. Deste indivíduo não se pode dizer sequer que esteja abaixo do nível da cultura política de seu país. Trump baixa esse nível constantemente. Desde a invenção do livro impresso, que transformou todas as pessoas em leitores potenciais, foi preciso passar séculos até que toda a população aprendesse a ler. A Internet, que nos transforma todos em autores potenciais, não tem mais do que duas décadas. É possível que com o tempo aprendamos a lidar com as redes sociais de forma civilizada. A Internet abriu milhões de nichos subculturais úteis nos quais se troca informação confiável e opiniões fundamentadas. Pensemos não só nos blogs de cientistas que intensificam seu trabalho acadêmico por este meio, mas também, por exemplo, nos pacientes que sofrem de uma doença rara e entram em contato com outra pessoa na mesma condição em outro continente para se ajudar mutuamente com conselhos e experiências. Sem dúvida, são grandes benefícios da comunicação, que não servem só para aumentar a velocidade das transações na Bolsa e dos especuladores. (Habermas, 2018, entrevista).

Habermas já havia em décadas anteriores avançado com propostas de revitalizar a esfera pública, deixando de ter uma abordagem unificada para uma diversificada e diferenciada. Desse modo, teríamos uma pluralidade de públicos, ou seja, um espaço público plural, sobrepostos em rede. Públicos de ciência, públicos de literatura, públicos artísticos, públicos religiosos, públicos preocupados com questões de saúde, entre outros. Constituindo setores privados do mundo da vida, que se comunicam e são mediados, ocorrendo processos discursivos de formação de opinião.

A DGS (Direção-Geral de Saúde em Portugal) lançou um projeto denominado "Mobilização Social para a Implementação de Microinfluenciadores"[147], uma ação organizada em parceria com a Secção Regional do Sul e Regiões Autónomas da Ordem

[147] Os microinfluenciadores ocupam um ponto específico na estratégia em ambiente digital, pois eles são mais acessíveis do que as celebridades e os macroinfluenciadores, têm um público muito mais engajado e são capazes de criar relacionamentos mais significativos com seus seguidores. Combine isso com uma taxa de engajamento 41,7% maior do que os macroinfluenciadores (500 mil a 1 milhão de seguidores) e você pode ver por que os microinfluenciadores são considerados os parceiros influenciadores de maior valor com sua capacidade de explorar microcomunidades muito mais bem definidas (Gabriel & Kiso, p. 455).

dos Farmacêuticos. A ação foi lançada na página do Facebook da instituição e é um movimento a nível macro, mas que revela uma atenção ao processo de comunicação, já que os influenciadores em saúde[148] cresceram muito em quantidade em decorrência da Covid-19.

A Associação Brasileira de Saúde Coletiva, utiliza a *hashtag* #AbrasconaImprensa, para a divulgação de notícias de saúde etc., e realiza um trabalho robusto buscando trazer iniciativas simples, mas que são mais uma forma de atentar para as notícias de saúde. Percebe-se com isso que as associações ou instituições organizadas, também estão se movimentando, assim como os movimentos de cidadãos organizados.

4.3.1 Do online para a esfera pública

As pessoas com deficiência têm sido vítimas de outras formas de dominação, para além do capitalismo, do colonialismo e do patriarcado: o capacitismo.[149] Trata-se da maneira como a sociedade os discrimina negativamente, não reconhecendo suas necessidades especiais, não lhes facilitando o acesso à mobilidade e as condições que lhes permitiriam desfrutar da sociedade como qualquer outra pessoa. De algum modo, as limitações que a sociedade lhes impõe fazem com que se sintam em quarentena permanente (Santos, 2020, p. 20).

Em Portugal, um caso que ficou conhecido foi o da Bebé Matilde. A bebé foi diagnosticada em 2019 com AME – Atrofia Medular Espinhal – Tipo 1. Bebés que nascem com esta síndrome, precisam necessariamente ser tratados até os dois anos de idade. O tratamento é muito caro e o Estado até então não disponibilizava qualquer ajuda neste sentido. A solução imediata foi iniciar uma mobilização em rede através das redes sociais

---

[148] Ver principais influenciadores em saúde (categoria saúde e medicina) no ano de 2021, em https://influencermarketinghub.com/top-health-medicine-influencers/ Uma observação interessante é a taxa de engajamento. Pode-se observar que perfis como do médico do Egito que ocupa o 1º lugar: Dr Ali Ghozlan, @alighozlanofficial, possui um *engagement rate* de 4.77%, bastante alto. Já a página da *World Health Organization*, com sede na Suiça, @who, que aparece em 8º lugar, tem um *engagement rate* de 0.13%, muito baixo.

[149] A expressão que vem da tradução do inglês "*Ableism"*, significa destratar ou ofender uma pessoa por sua deficiência.

online. A mobilização se expandiu até o ponto de chamar atenção dos canais de televisão, rádio e jornais. A pressão dos media levou a uma pressão do Estado e a um debate social. Principalmente em torno da questão de que se o Estado financiasse este tratamento para uma criança, teria que financiar para todas. Contudo, não demorou para que o governo do país tomasse a decisão de que todas as crianças portuguesas receberiam o financiamento total do seu tratamento equivalente a esta doença, pelo Estado, sendo um excelente exemplo bem-sucedido e que espelha esta tese.

No Brasil, a bebé Lívia Telles, nascida no Estado do Rio Grande do Sul, também foi diagnosticada em 2019 com a mesma síndrome rara. O tratamento só estava disponível nos EUA e eram necessários 12 milhões de reais, o equivalente a 2,2 milhões de dólares (em fevereiro de 2021). A solução igualmente foi buscar as redes sociais online, que igualmente alcançaram os media tradicionais e a esfera pública, havendo uma forte solidariedade. A principal fonte de ajuda foram as outras pessoas que colaboraram, compartilhando e repassando o assunto incessantemente online.

Esse sentimento de compromisso com o social é provavelmente o que leva as pessoas a participarem destes movimentos locais e de agirem da forma que podem. A área da saúde acaba por ter diversos grupos, pois afeta de um modo muito profundo as pessoas que estão envolvidas. E por vezes, quem passa por algum problema de saúde muito grave, fica com esse sentimento de compromisso social mais evidenciado, promovendo ações para auxiliar outras pessoas que estão passando pela mesma situação. Essa rede que em muitos casos se cria, torna importante o poder da comunidade local, através de micro ações do cotidiano. Apesar de viverem em extremos opostos do mundo, as duas meninas têm em comum a mobilização em rede como a principal ferramenta para a sua sobrevivência. Elas representam uma infinidade de outras pessoas, que depositam sua esperança em rede. A seguir podemos ver o *layout* das páginas do Facebook das duas meninas, nas Figuras 09 e 11. Além disso, os dois movimentos, nos dois países, contaram com várias etapas e chegaram à esfera pública e ao acompanhamento pelos media, como também é possível verificar nas Figuras 10 e 12.

Figura 09

Layout da página do Facebook Bebé Matilde



Nota. Fonte: Página Facebook Bebé Matilde, Portugal

Figura 10

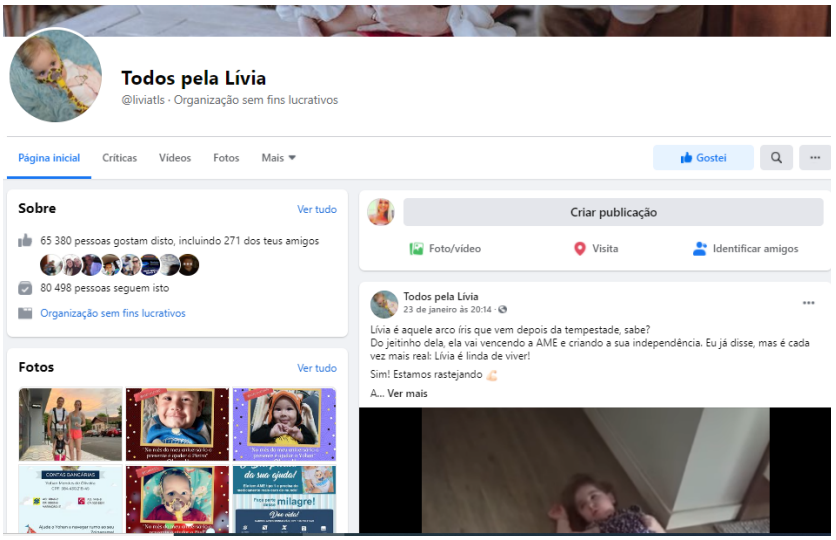
Repercussão midiática – caso Bebé Matilde



Nota. Fonte: Jornal Diário de Notícias, 02/07/2019

Figura 11

Layout da página do Facebook Lívia Telles



Nota. Fonte: Página Facebook Lívia Telles, Brasil

Figura 12

Repercussão midiática – caso Lívia Telles



Nota. Fonte: Jornal Zero Hora, 13/08/2020

No caso da Lívia Telles e conforme o site de notícias da Globo, o G1, a família arrecadou cerca de R$ 10 milhões e por decisão judicial garantiu que o governo pagasse o valor que faltava (cerca de R$ 2 milhões).[150] Evidenciando de diferentes maneiras o resultado que esse tipo de grupos digitais e mobilizações sociais, trazem e colaboram com a discussão pública, levando a decisões em saúde, por governos e iniciativa privada.

4.3.2 Grupos de iniciativa cidadã em saúde

Os grupos a favor da vacinação, normalmente buscam promover a conscientização cidadã, mostrando a importância coletiva da vacina, especialmente no caso de uma pandemia. Jean-Yves Durand e Manuela Ivone Cunha - Investigadores do CRIA/UMinho,[151] escreveram sobre "Comunicação, cidadania e aceitabilidade pública na vacinação de rotina" (online), onde colocam que a vacinação vem sendo desestabilizada por mudanças na relação com a imunização. Existe uma tendência em atribuir a falta de vacinação a fatores como por exemplo, residir a uma localização longínqua e assim ter dificuldade de acesso ou outras situações que levam ao declínio vacinal. Os autores observaram que existem formas participativas de cidadania que incluem o âmbito da saúde e das instituições biomédicas, e que os fenômenos de desconfiança, enquanto objeção, em relação a vacinação de rotina têm evidenciado uma forma mais autônoma e que se distancia de esquemas clássicos de comunicação. A vacinação está no coração das relações de poder e autoridade entre o Estado, a ciência e os cidadãos. Justo por isso, está o agendamento social voltado para a aceitabilidade social das vacinas, nesta época.

Leal & França Filho (2020) trazem mais exemplos de mobilizações em saúde no caso específico da Covid-19. Os autores comentam o emblemático caso da comunidade de Paraisópolis, que é a segunda maior favela de São Paulo, com cerca de 100 mil habitantes. Desde que a pandemia despontou em março de 2020, líderes comunitários começaram a

[150] No dia 13 de janeiro de 2021, o Hospital Moinhos de Vento de Porto Alegre – RS, publicou no próprio site: "Hospital Moinhos de Vento aplica terapia inovadora para tratamento de AME pela primeira vez no RS". Comprovando o resultado do grupo na discussão pública e levando a decisões em saúde, por governos e iniciativa privada. No dia 09 de dezembro de 2020, no site do Jornal O Globo, saiu a notícia: "Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) reduz em R$ 9,2 milhões o preço do remédio mais caro do mundo, o Zolgensma, que é indicado para tratamento de Atrofia Muscular Espinhal".

[151] Centro em Rede de Investigação em Antropologia, Universidade do Minho, Portugal.

agir, tendo em consideração e como preocupação o facto de que as políticas públicas não chegariam ao alcance deles. Assim sendo, criaram várias ações locais (que são consequência da mobilização) para tentar proteger o local. Por exemplo, 420 jovens tinham a responsabilidade de dispersar aglomerações, entregar doações, conscientizar os moradores e ajudar a encaminhar quem estava doente para os serviços de saúde. (Leal & França Filho, 2020).

Nesse mesmo sentido, no Brasil, uma iniciativa cidadã denominada "Periferia Viva", é um projeto desenvolvido nas favelas, aglomerados e vilas de Belo Horizonte, da Grande BH (região urbana) e interior do Estado de Minas Gerais, atuando como uma força-tarefa contra a Covid-19. A mobilização nasce como uma resposta à falta de apoio específico a estes locais e busca auxiliar a população que está em condição de vulnerabilidade, com condições de higiene, alimentação e assistência social. Isso é viabilizado através de doações e iniciativas de financiamento coletivo.

Estes foram apenas alguns exemplos de grupos e de mobilizações em saúde. Evidentemente, poderiam ser citados muitas outras categorias, como:

- Grupos de doenças específicas, como por exemplo: diabetes, em que os pacientes nos grupos comentam sobre tratamentos e soluções, novos estudos e possibilidades;

- Coletivos organizados em busca da liberação de componentes para tratamento ou melhora da condição de saúde, como é o caso do canabidiol (por exemplo), para o alívio da dor;

- Grupos de mães e pais com dúvidas sobre a gestação, maternidade, anos iniciais;

- Diagnóstico e auxílio à autistas;

- Doenças mentais, ansiedade, depressão (...)

- SIDA e os tabus que ainda envolvem esta síndrome;

- Cancros que crescem em número a cada ano;

- Grupos que falam sobre vida saudável, nutrição, esportes;

- Yoga, espiritualidade, bem-estar (...)

Enfim, tudo o que engloba a temática da saúde.

Existe também na constituição das mobilizações, para além de tudo o que foi mencionado, os grupos neutros. Ou seja, aqueles que não estão posicionados nem contra e nem a favor de algo. Estes grupos acabarão tomando alguma decisão apenas quando forem convocados para a ação (como no caso da vacinação da Covid-19). Enquanto isso apenas assistem, atuando de acordo com a teoria da *espiral do silêncio*. Neste modelo de opinião

pública, a ideia central é que os indivíduos não emitem sua opinião quando conflitantes com a opinião dominante. Assim, quanto menor o grupo que assume abertamente a opinião divergente, maior o ônus social em expressá-la (Noelle-Neumann, 2019).

A infinidade de grupos e de mobilizações, especialmente em saúde, revela a urgência da atenção e de categorizar estes movimentos. Dessarte, encerra-se este capítulo e a Parte I, caminhando para o estudo empírico.

PARTE II
PESQUISA EMPÍRICA

CAPÍTULO 5 – MÉTODOS E TÉCNICAS

5.1 Desenho do estudo e meio de investigação - estudo de caso

Procurando responder à pergunta de pesquisa: "Como se organizam e quais as práticas de comunicação, o poder de ação e influência das mobilizações de cidadãos constituídos no digital, sobre a agenda na esfera pública em saúde?" fez-se o desenho a investigação escolhendo as técnicas metodológicas consideradas mais adequadas para atingir os objetivos gerais desta tese e que aqui elencamos:

a) Identificar as práticas sociais e de comunicação, relacionadas com as mobilizações online em saúde;

b) Refletir sobre o potencial dos *social media* para promoção de ações coletivas de cidadãos em prol da saúde;

c) Compreender como as mobilizações online em saúde podem contribuir para transformar a sua agenda na agenda política pública.

Dos quais emergem como objetivos específicos,

a. Construção de uma ideia mais precisa sobre as mobilizações online de saúde, como se constituem, organizam, comunicam entre elas;

b. Realizar um mapeamento exploratório dos grupos de cidadãos de língua portuguesa existentes nas redes sociais online que permitam o diálogo e a partilha de ideias sobre saúde;

c. Problematizar sobre como a espontaneidade e pouca literacia dos moderadores e elementos de movimentos digitais em saúde podem contribuir para a propagação de notícias falsas (diagnósticos, tratamentos, entre outros) e como uma literacia elevada em saúde pode contribuir para um maior esclarecimento dos cidadãos que usam os grupos das redes sociais digitais como fonte de informação.

d. Averiguar a visibilidade, no offline, de um grupo de cidadãos, constituídos no digital, e qual a sua capacidade para influenciarem as organizações públicas na área da saúde;

e. Elencar e caracterizar as práticas e os canais de comunicação utilizados pela Rede Análise, para comunicarem entre si, com os media e o alcance na esfera pública.

A metodologia utilizada nesta pesquisa será essencialmente qualitativa. A pesquisa qualitativa estuda questões difíceis de quantificar, como sentimentos, motivações e crenças. O tipo de pesquisa quanto aos fins será exploratória, descritiva e metodológica. A exploratória é uma etapa preliminar da pesquisa que busca a familiarização com o assunto e a partir deste estudo é que são construídas as hipóteses. Conforme Gil (2012), as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias. A pesquisa descritiva expõe características bem delineadas de determinados fenômenos, envolvendo técnicas padronizadas de coletas de dados. E a pesquisa metodológica, está associada às formas e procedimentos utilizados para atingir determinadas finalidades.

Quanto aos meios de investigação, utilizaremos o Estudo de caso. O estudo de caso é um método de investigação qualitativo, indicado para compreender e investigar contextos complexos, é uma estratégia para quem quer responder a perguntas do tipo “como” e “por que”.

Os estudos de caso se tornaram mais populares inicialmente nas áreas da Administração, Medicina e do Direito, mas atualmente encontram-se em todas as áreas acadêmicas. Magda Ventura (2007) descreve que do mesmo modo como há diferentes posicionamentos que abordam as origens do estudo de caso como modalidade de pesquisa, existe na literatura mundial, a contribuição de muitos autores, com destaque para Goode et al.; Yin; Stake; Lüdke et al. (p. 384).

Para Yin, o estudo de caso é composto por uma investigação empírica e compreende um método de coleta e análise de dados, podendo incluir tanto estudos de caso único quanto de casos múltiplos, bem como abordagens quantitativas e/ou qualitativas de pesquisa. *"Para fins de ensino, um estudo de caso não precisa conter uma interpretação completa ou acurada; em vez disso, seu propósito é estabelecer uma estrutura de discussão e debate entre os estudantes"* (Yin 2001 in Duarte, M. 2008, p. 221).

O investigador que utiliza este método compreende que o conhecimento não é algo acabado, mas sim um estudo que está em permanente construção e desenvolvimento e que tem como função indagar e buscar sempre novas respostas. Márcia Duarte (2008) considera que o método "estudo de caso" traz muitas possibilidades de pesquisa, inclusive a de compartilhar conhecimentos. Como toda estratégia, o estudo de caso tem suas vantagens e desvantagens. Entre as principais definições está a de Robert Yin:

> o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas (2005, p. 32).

Simplificando, de acordo com Yin (2005, p.32), o estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual, seja qual for ele, dentro do seu contexto e da sua realidade.

No estudo de caso, o pesquisador fará um retrato da realidade extenso e bem completo, o que mostrará a multiplicidade de dimensões presentes no objeto estudado e que revelará as muitas relações dos componentes. A realidade pode ser vista através de

muitos pontos de vista e não há uma definição única verdadeira. Assim, os leitores poderão tirar suas próprias conclusões sobre a questão abordada. Em resumo, este método contribui para compreender fenômenos sociais complexos, sejam individuais, sociais ou políticos. Segundo Duarte (2008), é o estudo das peculiaridades, das diferenças, que o torna único e por essa mesma razão o distingue ou o aproxima dos demais fenômenos.

Ventura (2007) apresenta que o estudo de caso na visão de Stake, é caracterizado pelo interesse em casos individuais e especificamente destaca que "nem tudo pode ser considerado um caso", porque um caso é “uma unidade específica”. A autora vai dizer ainda que para Lüdke e André, o estudo de caso como estratégia de pesquisa deve ser sempre bem delimitado e pode ser simples ou complexo, tem sempre um interesse próprio, único e representa um potencial na educação. Goode e Hatt (citados em Ventura, 2007) defendem que o estudo de caso é um meio de organizar os dados, preservando a unidade como um todo, incluindo o seu desenvolvimento. Destacando que qualquer objeto é uma construção mental, se não for relacionado com o objeto de estudo da pesquisa no contexto em que será investigada.

Deste modo, por meio do estudo do caso, é pretendido investigar, como uma unidade, as características importantes para o objeto de estudo da pesquisa. Técnica reconhecida, segundo Goode e Hatt (1979, p. 421-422 in Gil, 2012) que vêem no estudo de caso uma forma de olhar a realidade social: *“... não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”.*

Para Ventura (2007, p. 386) as principais vantagens do Estudo de Caso estão no facto de que estimulam novas descobertas, em razão da flexibilidade de pesquisa e de que possuem uma multiplicidade de dimensões para um problema, observando o mesmo como um todo. Ainda apresenta simplicidade nos processos, além de possibilitar uma análise em profundidade das relações entre eles. Nas pesquisas exploratórias em especial, são de grande utilidade. Obviamente há também limitações e a mais grave é o perigo da generalização dos resultados obtidos, existindo a possibilidade de que a unidade escolhida para a investigação seja atípica em relação às outras. Neste caso, caberá ao pesquisador utilizar-se do rigor científico necessário para sua validação.

Anya Révillion (2003) comenta que um estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um assunto, de modo a permitir que o mesmo seja conhecido com

detalhes e amplamente. Para ela, a maior utilidade desta técnica é verificada nos estudos exploratórios, já que num estudo de caso, o objetivo do levantamento de dados nunca é quantificar e sim compreender, examinando o fenômeno em seu ambiente natural. Essa estratégia de pesquisa possui um caráter exploratório, porque não há nenhum tipo de controle ou manipulação, e não se tem conhecimento prévio das fronteiras do fenômeno. Ou seja, os resultados de um estudo de caso dependerão do poder de integração do pesquisador, com a coleta de dados e com a capacidade de fazer mudanças no desenho da pesquisa. Estamos cientes que um estudo de caso permitirá obter resultados apenas naquilo a que lhe diz respeito e não deverá ser feita a generalização das conclusões aqui obtidas.

5.2 Objeto de estudo

O grupo escolhido se autointitula como um grupo totalmente voluntário de pesquisadores multidisciplinares para o enfrentamento da Covid-19, que busca oferecer um espaço construtivo de discussão. Esta comunidade se organizou com o objetivo de comunicar ciência e auxiliar a população a compreender o que estava a acontecer ao iniciar a pandemia. Assim, ajudando a suprir a desinformação e combater as *fakes news* em relação ao Covid-19 no Brasil. Cidadãos comuns observando uma lacuna de acesso à informação científica e qualificada, resolveram compartilhar o seu conhecimento, explicar com linguagem mais acessível, trazer informações verídicas e possibilitar isso para as pessoas através das redes sociais online. São pesquisadores de diversas áreas que se uniram neste movimento.

O grupo foi criado no início da pandemia em março de 2020. A informação é disponibilizada através do site, também utilizam um Grupo Público no Facebook, que em janeiro de 2022, tinha 2,6 mil membros, um perfil no Twitter com 53,5 mil seguidores e de um perfil no Instagram com 4,9 seguidores e Youtube, com 1,4 mil inscritos, conforme será visto com mais detalhes no próximo capítulo. A Rede Análise já ultrapassou a esfera do online e conseguiu ir além dos media sociais, sendo que alguns membros do grupo já concederam entrevistas para diversos jornais e redes de televisão locais e internacionais. No Anexo A, está disponível o nome de todos os componentes do grupo.

Inicialmente foi efetuado um levantamento exploratório – e manual - de grupos através do Facebook (disponível no Apêndice C). Em seguida, foram estabelecidos critérios para a escolha de um grupo/movimento a ser estudado. Os fatores previamente estabelecidos, foram, portanto: a) ter mais de 1.000 membros; b) ter sido criado há mais de 06 meses; c) ter frequência de postagem. Os critérios foram respeitados e ao buscar pela palavra-chave "Covid-19" no Facebook, apareceu o grupo Rede Análise. Este grupo apareceu como terceiro resultado de busca, mas como a primeira opção de um grupo público. Deste modo, de acordo com os objetivos de pesquisa, será estudada a comunicação de um grupo digital na área da saúde e observada a sua influência na esfera pública.

5.3 Técnicas e procedimentos para coleta de dados

Como técnicas e procedimentos para coleta de dados utilizaremos a observação direta e a entrevista exploratória.

A observação, segundo Gil (2012, p. 100), nada mais é que o uso dos sentidos com vista a adquirir os conhecimentos necessários de forma direta, sem qualquer intermediação, tendendo a reduzir a subjetividade.

O ser humano naturalmente busca conhecer o mundo ao seu redor e esta é uma das razões pela qual realiza pesquisas. Uma das formas de fazer isso é observar. Gil (2012) comenta que romances como o de Dostoievski e poemas como os de Fernando Pessoa também podem ser fontes e formas de proporcionar informações sobre os sentimentos e as motivações das pessoas, mesmo tendo o conhecimento de que essas obras sejam de ficção, é possível dedicar significado a elas, no sentido de serem capazes de proporcionar informações acerca do mundo, embora a leitura seja sempre acompanhada de alguma subjetividade: “Frente aos factos sociais, o pesquisador não é capaz de ser absolutamente objetivo. Ele tem suas preferências, inclinações, interesses particulares, caprichos, preconceitos, interessa-se por eles e os avalia com base num sistema de valores pessoais” (Gil, 2012, p.5).

Nesta pesquisa serão observadas as interações (através de *likes*, comentários e postagens) numa amostra de grupos de cidadãos constituídos nos *social media* e que serão posteriormente trabalhados com o software NodeXL. Serão analisadas as interações nas redes sociais online deste grupo, Rede Análise, sobre o tema da pandemia, coletando informações correspondentes a um período de um ano, mais precisamente de 01 de janeiro de 2021 até 31 de dezembro de 2021. Além disso, serão elencados e caracterizados os canais de comunicação relacionados a este grupo.

As pesquisas exploratórias possuem como principal objetivo, aproximar-se de determinado facto ou situação. Este tipo de pesquisa é realizado de forma especial, quando o tema escolhido ainda é pouco explorado e assim sendo, é difícil formular sobre as mesmas hipóteses que são operacionais e precisas (Gil, 2012, p. 27).

As pesquisas exploratórias também são utilizadas para descrever as características de determinados fenômenos ou populações, ou ainda, relações e outras variáveis. Os estudos que podem ser classificados desta forma, são inúmeros e uma das características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (Gil, 2012, p. 28).

A entrevista pode ser definida como uma técnica na qual o investigador se coloca "em frente" ao investigado e lhe formula perguntas, com a intenção de obter dados que interessam à investigação. Deste modo, a entrevista passa a ser uma forma de interação social. E ainda de forma mais específica, é um modo de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação (Gil, 2012, p. 109).

Um estudo exploratório é para Theodorson e Theodorson (1970) citados por Piovesan e Temporini (1955), um estudo preliminar que tem como objetivo principal, familiarizar-se com o fenômeno a ser estudado, de tal maneira que o estudo a seguir tenha a capacidade de ser executado com mais precisão e compreensão. Este tipo de estudo exploratório, que pode utilizar-se de uma variedade de técnicas e que possui geralmente uma pequena amostra, permite ao pesquisador abordar o seu problema de pesquisa e formular hipóteses, além de poder definir as técnicas mais adequadas para a sua investigação e decidir sobre o que deve ser mais especificado. O estudo exploratório também poderá alertar para potenciais dificuldades e situações sensíveis (Piovesan & Temporini, 1995).

Piovesan e Temporini (1995) também citam Polit e Hungler (1987), que abordam sobre o termo *exploratory research*, dizendo que o estudo exploratório é uma extensão da pesquisa descritiva. Continuam dizendo que os pesquisadores se envolvem em pesquisa exploratória por duas razões básicas: 01) o pesquisador pode ser um simples curioso e pretende obter uma compreensão mais rica do fenômeno de interesse, do que um estudo descritivo poderia oferecer (razão particularmente importante quando se trata de uma nova área que está sendo investigada); 02) os estudos exploratórios por vezes, são conduzidos para verificar a viabilidade e custo de um projeto mais rigoroso e extenso sobre o assunto, por tal razão é sábio utilizar a pesquisa exploratória (Piovesan & Temporini, 1995).

A pesquisa exploratória tem como objetivo conhecer as variáveis de estudo, os significados e o contexto onde está inserido, ao se tratar de comportamentos humanos, certamente será melhor compreendido dentro do contexto social. Deste modo, este tipo de pesquisa, com frequência, faz com o que o investigador descubra enfoques, tenha novas perceções e aprenda novas terminologias, o que contribuirá para um novo modo de pensar que vai se ajustando à perceção dos entrevistados e contribui para o enriquecimento da pesquisa (Piovesan e Temporini, 1995).

A entrevista é uma técnica qualitativa, que busca entender as experiências dos informantes. Objetiva intensidade nas respostas, ou seja, não quer saber "quanto", mas sim "como" o tema de estudo é percebido pelas pessoas. A entrevista pode assumir três formas: entrevista aberta, semi aberta e fechada. Aqui utilizaremos a entrevista semiaberta, que possui um roteiro de perguntas definido, mas que deixa em aberto a possibilidade de novos questionamentos a desenvolver durante a própria entrevista. As entrevistas serão realizadas com:

- Entrevista 01 - Rede Análise: Isaac Negretto Schrarstzhaupt (coordenador do grupo de análise de dados e modelagens epidemiológicas) - aplicada via Zoom (videoconferência) e transcrita manualmente. Fluxo de comunicação Micro – Macro (de acordo com modelo apresentado no subcapítulo 2.2).

- Entrevista 02 - Rede Análise: Mellanie Fontes-Dutra (idealizadora do grupo) - aplicada via Zoom (videoconferência) e transcrita manualmente. Fluxo de comunicação Micro – Macro (de acordo com modelo apresentado no subcapítulo 2.2).

5.4 Técnicas e procedimentos para o tratamento de dados

Como técnicas e procedimentos para o tratamento de dados, escolhemos a Análise de Conteúdo e de Discurso, bem como a análise exploratória de Redes Sociais Online, através da netnografia.

5.4.1 Análise de conteúdo e análise de discurso

Desde os trabalhos da *communication research (DATA)* às recentes pesquisas sobre novas tecnologias, a análise de conteúdo mostrou ter uma grande capacidade de adaptação. De forma ampla, este método refere-se ao estudo das ciências humanas e sociais e procura investigar os fenômenos simbólicos através de várias técnicas de pesquisa. Foi adotada a partir do século XX e principalmente a partir de 1990, com a possibilidade de acesso da *world wide web*, as análises de conteúdo começaram a ficar em evidência (Fonseca Júnior, 2008).

A análise de conteúdo pode valorizar tanto o aspecto quantitativo, quanto o qualitativo, de acordo com o interesse e ideologia do pesquisador. Fonseca Júnior (2008) coloca que desde a publicação do primeiro manual sobre análise de conteúdo, elaborado por Berelson e Lazarsfeld em 1948, os fundamentos conceituais desse método vêm sofrendo revisões. Apesar da diversidade de abordagens, ou até mesmo por causa delas, é hoje possível construir um referencial básico sobre os principais fundamentos da análise de conteúdo (Fonseca Júnior, 2008).

Wottrich e Rosário (2022), dizem que de modo muito geral, a análise de conteúdo é reconhecida como uma técnica que promove a aproximação de objetos que estavam dispersos e que possuem dimensões que não podem ser aprendidos a partir de uma visão rápida ou superficial. Citam que para além do processo inicial de coletar os dados, será a interpretação que irá oferecer uma leitura mais ampla e precisa de uma circunstância,

especialmente na área da Comunicação. A partir de Fonseca Júnior (2006), as autoras defendem que a principal possibilidade da análise de conteúdo é elaborar um conhecimento profundo a respeito de processos comunicacionais em suas diferentes e variadas dimensões, podendo ser útil para produzir conhecimento sobre processos de produção e sentido da Comunicação, que não poderiam ser observados sem essa análise (Wottrich e Rosário, 2022).

Gil (2012) vai dizer que "o grande volume de material produzido pelos meios de comunicação de massa e a criação de técnicas para sua quantificação determinaram o desenvolvimento da análise de conteúdo" (p.152). Conforme Laurence Bardin, a análise de conteúdo tem um desenvolvimento baseado em três momentos que são: (a) pré-análise; (b) exploração do material; e (c) tratamento de dados, inferência e interpretação (1977 in Rodrigues et al. 2019, p. 26308).

Em 2016, Bardin define a Análise de Conteúdo como:

> Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2016, p. 48).

Para a autora francesa, a análise de conteúdo tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens e a sua "desocultação", ou seja, buscar aquilo que não está aparente, o não-dito, que está retido em qualquer mensagem (Bardin, 2016).

Segundo Fonseca Júnior, "a análise de conteúdo é uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reproduzíveis e válidas que podem se aplicar a seu contexto" (2008, p. 284).

> A análise do conteúdo de revistas realizadas por Clarke e Everest (2006) no Canadá investigou uma questão mais comum, ou seja, a cobertura sobre câncer na mídia impressa que, segundo eles, geralmente vincula-se ao medo e à ansiedade no contexto de novas descobertas médicas como possíveis "curas". O câncer, em particular, era retratado como algo quase inevitável, apresentado por meio de conjunto de características assustadoras, normalmente combinadas com medo e ambientadas no discurso médico. Além disso, as revistas se concentravam sobretudo no câncer de mama e não em outros tipos. Uma das consequências desse tipo de representação é o agravamento dos temores do público em relação ao câncer e o modelo médico como a moldura discursiva dominante para tratar o tema. (Giddens & Sutton, 2017, p. 240).

O contexto neste caso, é fundamental para uma leitura aprofundada e real análise do caso. Fonseca Júnior (2008) diz que "após a realização da *leitura flutuante*, que levará a escolha do tema e do referencial teórico, o próximo passo é a constituição do *corpus*, ou seja, a definição do conjunto de documentos a serem submetidos à análise". Em seguida a codificação, a categorização e a inferência (base em Bardin). Como técnicas utilizadas em análises de conteúdo, Fonseca Júnior (2008) destaca a análise do discurso.

A análise do discurso, procura compreender a estrutura de um texto, assim como a ideologia presente no mesmo, é uma prática da linguística no Campo da Comunicação. A busca de sentido também pode ocorrer através da análise de imagens, que põe em destaque uma dimensão mais estética do discurso. Em qualquer dos casos, entende-se que o sentido do discurso é sempre aberto a diferentes interpretações.

A análise do discurso é apresentada como metodologia de pesquisa e pode ser realizada, segundo Márcia Benetti (2008), focando em duas vertentes diferentes, uma que busca entender a relação entre os discursos e outra que busca entender a relação entre os sujeitos. A autora refere que a comunicação envolve a construção de sentidos estudar os sentidos significa estudar uma forma material, visível, que é o texto, que foi elaborado após ou através de um processo bastante complexo, iniciado na sociedade, na cultura, na ideologia. Assim, para realizar uma análise de discurso, será necessário enxergar a

existência de duas camadas: a primeira, mais visível, é a camada discursiva; a segunda, só evidente quando aplicamos o método, é a camada ideológica (Benetti, 2008).

Benetti (2008) dá um exemplo de formações discursivas, que é o caso de uma pesquisa que trata de notícias sobre religião, por exemplo, as marcas de um tipo de discurso (católico, evangélico, judaico, islâmico etc.) levarão o pesquisador à teoria das religiões para compreender as formações ideológicas, que, existindo anterior e exteriormente ao objeto pesquisado, acabaram por determinar aquelas formações discursivas identificadas no texto. A autora continua dizendo que não há uma fórmula a ser aplicada, ficando a cargo do analista, utilizar sua capacidade interpretativa dentro dos parâmetros de rigor (Benetti, 2008).

A metodologia da análise de discurso é direcionada à verificação do discurso e tudo o que é relacionado às suas condições de produção. Busca compreender de que modo um objeto simbólico produz sentido, observando os prováveis sentidos que um discurso pode assumir tendo em conta certas condicionantes históricas e sociais. Por isso, os estudos da análise de discurso contemplam o discurso em todo o seu contexto. Tendo em consideração, que para compreender muitos sentidos que possam existir, não é necessário somente observar a forma de transmissão da informação e os aspectos formais da língua e sim, todos os aspectos que envolvem a relação do sujeito com a produção de sentido, bem como, as condições ideológicas, históricas e sociais. A análise do discurso se interessa pelo que está além do representado através de texto, fala ou imagem, interessa-se pelas esferas ideológicas (Garcia et al., 2019).

Escolhemos estas técnicas porque facilitam a compreensão de dados com mais profundidade, não ficando restrito a dados quantitativos. Dito isto, serão analisados principalmente os *social media* do grupo organizado já mencionado, bem como os dados coletados através das entrevistas exploratórias, conforme foi explicado no subcapítulo anterior.

5.4.2 Netnografia e Análise de Redes Sociais Online

Para Kozinets (2014), este é um método frequentemente utilizado para análise de redes sociais online, já que se caracteriza por ser um método interpretativo para estudar a internet. Ela é um ramo da Etnografia que busca analisar o comportamento dos indivíduos e dos grupos sociais na Internet. Kozinets (2014) diz que ela deve seguir os mesmos princípios da etnografia tradicional, considerando que a diferença provavelmente irá se dar na forma de coletar os dados, já que sendo digitais, possibilitam maiores quantidades de dados (Kozinets, 2014).

Martha Gabriel e Rafael Kiso (2020) dizem que:

> Para entender a estrutura da etnografia, faz-se necessário compreender os aspetos essenciais da antropologia, ciência que deu origem ao método. A antropologia social, ciência do campo das humanidades, estuda os seres humanos do ponto de vista sociocultural, diferentemente da antropologia biológica. Este estudo busca apreender as características que definem uma sociedade e a diferenciam de outra, compondo, assim, sua identidade. Por isso, a antropologia é chamada de "o estudo do Outro" (Gabriel & Kiso, 2020, p. 152).

A etnografia é um processo de pesquisa que é diferente de outras técnicas porque apresenta uma proximidade com o objeto de estudo, assim se opondo a outras técnicas que tentam se afastar do objeto para garantir uma isenção do pesquisador. A etnografia se caracteriza por fazer uma descrição completa, com muitos detalhes, de tudo que é percebido por quem faz a pesquisa. Gabriel e Kiso (2020) argumentam que o universo digital se torna um campo de pesquisa, quando este espaço é visto como um espaço de socialização, onde as culturas atuam e as interações acontecem. Da mesma maneira que no universo offline, no online, existe a formação de grupos, que acabam de forma estratégica ou orgânica, formando comunidades, que por sua vez, possuem sociabilidades e uma comunicação específicas, compartilhando experiências, valores e interesses. Do mesmo

modo, seria a observação de um etnógrafo no meio "presencial". Gabriel e Kiso (2020) dizem que a etnografia desenvolvida a partir da Internet, exerce-se através de postagens, comentários, memes e diversas manifestações. Os autores também lembram que deve haver uma delimitação da amostragem a ser investigada, para garantir o sucesso do cruzamento dos dados da pesquisa (Gabriel & Kiso, 2020).

No livro *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*, Kozinets (2014), coloca que a cultura digital ou "cibercultura", é um espaço de sociabilidade entre as pessoas e as interações, através da troca de informações, dentro de uma linguagem com significado, acabam gerando uma cultura, que vai se modificando. Kozinets (2014) traz relevância para a distinção entre comunidade e cultura online. Para o autor, uma comunidade dentro de uma rede social online, possui um tema em comum com seus membros. Em oposição, uma cultura online age transversalmente pela Internet, ultrapassando as redes sociais online e toda a interação em que os *communitas* desta cultura, expõem conteúdos relativos à temática essencial que os agrupa. Gabriel e Kiso (2020), articulam ainda que o relativismo cultural é uma prática que possui um alto grau de dificuldade, tendo em vista que exige que o pesquisador, para desenvolver esse olhar etnográfico, precisa trabalhar a sua parte interna, buscando um olhar sem pré-conceitos e julgamentos sobre as escolhas e comportamentos do grupo analisado (Gabriel & Kiso, 2020).

Raquel Recuero (2012) classifica a análise de Redes Sociais (ARS), como uma perspetiva para estudar os agrupamentos humanos ou as estruturas sociais. Historicamente, foi criada com foco na estrutura social, mas posteriormente, passou a ser vista dentro de uma perspetiva qualitativa, dando ênfase também para o conteúdo e à dinâmica dessas redes (Recuero, 2012).

Nesta pesquisa, utilizaremos o software NodeXL, que é um software utilizado para a análise de redes e media sociais. Ele tem uma interface criada em cima do Excel, facilitando a leitura e trabalho com os dados, já que esta costuma ser uma ferramenta familiar para muitas pessoas. Além de permitir uma análise semântica, ou seja, permite que também seja analisado o conteúdo dos dados. Proporciona acesso fácil aos fluxos de dados da rede, métricas de rede avançadas e a análise de textos e sentimentos.

O software NodeXL foi desenvolvido por um pesquisador da Microsoft e atualmente funciona através da "*Social Media Research Foundation*". Recuero (2015) diz que o NodeXL, consegue fazer a análise de uma quantidade maior de dados do que

consegue colocar no campo de análise. As informações coletadas, geram um gráfico para melhor visualização (Recuero, 2015).

Nesse sentido, Recuero cita Primo (2007) que propõe uma análise qualitativa das interações nas redes sociais online, defendendo uma microanálise e não apenas um mapeamento e uma visão cartográfica. Evidenciando uma perspetiva que é relacional, no sentido de observar as trocas realizadas (Recuero, 2014).

Já a utilização das redes sociais online com o intuito de coleta de dados para produções científicas na área da saúde, apesar de ser um assunto novo, tem sido uma frequente. Segundo o estudo "Uso de Redes Sociais para a Coleta de Dados em Produções Científicas na Área da Saúde: Revisão Integrativa da Literatura", o uso tem sido positivo para compartilhar informações e fazer circular discursos importantes. Os autores (Araujo et al., 2019) acreditam que exista um grande potencial para ser melhor explorado no campo da saúde.

Também utilizaremos nesta pesquisa, métodos auxiliares, como mapas de palavras - através do *Wordcloud* - que servem justamente para colaborar na análise a nível de conteúdo. Juntamente com a elaboração de tabelas, figuras e gráficos, que poderão ser utilizados para apresentar os dados coletados.

5.5 Descrição do protocolo de recolha e tratamento de dados

De maneira a clarificar os métodos e técnicas, segue abaixo o protocolo de recolha e tratamento de dados, com o passo-a-passo das metodologias e ações. Sendo que as análises, seguem no capítulo seguinte.

Deste modo, os passos em sequência foram:

1º - Observação durante o período de 01 ano (01 de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021) de toda a plataforma de comunicação da Rede Análise.

2º - Como o Facebook tem o maior número de usuários em termos globais, começou-se a olhar para esta rede social digital, entretanto notou-se que existe uma

regularidade de conteúdo no período observado, porém uma baixa participação. Diante disto, decidiu-se ampliar a análise e perceber a atividade em toda a plataforma de comunicação digital utilizada pelo grupo, incluindo o site e as demais redes sociais digitais, ou seja, além do Facebook, também Instagram, Twitter e Youtube.

3º - Tendo observado que a participação no Facebook era baixa, foi de interesse ver que tipo de conversação estava a ocorrer no grupo desta rede, em suma, que palavras eram mais utilizadas. Para tal, foi copiado o texto de todos os posts e comentários no período de 01 de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021 e através do Wordcloud, formou-se o mapa de palavras.

4º - Ao olhar para o site, verificou-se que o mesmo servia para comunicar de forma institucional, como um repositório da informação científica. Pelo que não foi dedicada atenção detalhada, já que não interessava aos objetivos de pesquisa.

5º - Quanto ao Instagram, destacou-se a variedade de conteúdo, pelo que foi uma decisão fazer uma análise de conteúdo pelo período de 01 ano, nomeadamente de janeiro a dezembro de 2021. Para classificar os posts, foram definidas as seguintes categorias: 1. Defesa de causa; 2. Promocional; 3. Institucional; 4. Informacional; 5. Relacionamento. Deste modo, a cada 15 dias foi realizada esta verificação do que estava sendo publicado. Os posts aqui expostos na análise não são aleatórios, mas são sim selecionados por serem representativos da comunicação estabelecida pelo grupo no Instagram e que servem ao propósito de analisar o conteúdo (o que está sendo publicado, de que maneira, com que intenção, com qual frequência e para quais públicos).

6º - A seguir, ao observar o Twitter, ficou evidente que a maior participação e desenvolvimento aconteciam através dessa rede social, deste modo ao pesquisar softwares de análises, o utilizado foi o NodeXL, o que se pretende com o uso desta ferramenta é criar um mapa da conversação, desta forma pode se observar os perfis envolvidos, ou seja, que tipos de perfis estavam nesse mapa e como a comunicação era distribuída ao pesquisar por “Rede Análise”.

7º - Ao observar o Youtube não foi diagnosticado algum ponto de destaque, contudo como este mesmo software NodeXL também permitia a análise do Youtube, optou-se também aplicar a ele a mesma técnica. Isso porque para além de ser uma verificação de outra rede, também faz uma certificação da análise anterior.

8º - Netnografia - toda a plataforma de comunicação da Rede Análise durante o período de 01 ano - especialmente Twitter e Youtube (01 de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021).

9º - Após este um ano de análise da plataforma de comunicação da Rede Análise, composta pelas redes sociais digitais, efetuou-se logo na sequência a entrevista a dois membros do grupo Rede Análise, no início de janeiro de 2022.

10º - Transcrição manual das duas entrevistas.

11º - Análise de discurso das entrevistas concedidas.

12º - Tratamento das entrevistas, através de duas grelhas: Grelha 01 que relaciona as perguntas do guião aos objetivos de pesquisa. Grelha 02 que retrata as 20 perguntas do guião com trechos destacados das 02 entrevistas concedidas.

Entende-se que essa delimitação temporal, critérios de amostragem definidos e métricas expostas são suficientes para levantar dados e responder qualitativamente à pergunta de pesquisa e objetivos colocados.

CAPÍTULO 6 – ANÁLISES

6.1 Entrevistas exploratórias

Iniciam-se as análises pela entrevistas exploratórias - como já mencionado, foram realizadas entrevistas exploratórias a Isaac Schrarstzhaupt (Entrevista 01) e Mellanie Fontes-Dutra (Entrevista 02), através de um guião composto por 20 perguntas, que é exposto na sequência. Optou-se por incluir o guião no corpo do texto para facilitar a análise de dados.

6.1.1 Guião da entrevista

01 – Apresentação. A pandemia de Covid-19 provocou (estamos em dezembro de 2021), mais de 5 milhões de mortos no mundo (5.403.468), resultantes de mais de 280 (280.578.642) de casos de infeção, segundo um balanço feito pela Johns Hopkins University & Medicine (In: https://coronavirus.jhu.edu/map.html). Me conta o início de tudo, o porquê de criar esse grupo, qual a lacuna identificada?

02 – Quantos pesquisadores participam do grupo hoje e vindos de que áreas? São todos voluntários?

03 – Como se deu o contato com outros pesquisadores? Como decidiu-se dividir tarefas no grupo?

04 – Descrever um pouco do trabalho, as informações científicas, os gráficos, metodologias utilizadas.

05 - Quando surgiu a ideia de utilizar as redes sociais? Vocês foram sempre os moderadores? Contaram com alguma ajuda profissional de marketing ou de comunicação estratégica?

06 – Produção de conteúdo frequente, postagens frequentes. Conteúdo muitas vezes denso. Como estruturam isso? Qual a ideia?

07 – Uma temática frequente das postagens e entrevistas concedidas são as previsões. Os números que se pode chegar se as medidas não fossem cumpridas. Acerca deste trabalho, como tem sido?

08 - Durante este período, vocês conseguiram identificar um perfil de público que mais interage mais com vocês?

09 - Para além das redes sociais, também foi elaborado um site: https://redeaanalisecovid.wordpress.com/ O site tem muita informação, artigos científicos, gráficos. Quem atualiza o site? Que resultados positivos e negativos têm desta experiência?

10 – Qual a rede social que, para vocês, tem mais relevância e interação? E por que essa?

11 – Além das mídias sociais e do site. Vocês têm sido convidados para várias entrevistas nos meios de comunicação "tradicionais". Entre eles Globo, Gaúcha, Correio do Povo, CNN Brasil. Como você vê a repercussão dessas reportagens?

12 - Comunicação e saúde. É um campo com crescimento constante e agora com o Covid-19 foi uma ampla disseminação de informação de todos os lados. Qual a sua visão e entendimento sobre isso?

13 - Vocês já têm este grupo online desde o início da pandemia. O quanto consideram que já conseguiram colaborar para comunicar ciência? Quais as maiores dificuldades desse processo?

14 – Desinformação. Gostaria que comentasse o que acha mais grave na disseminação de notícias falsas e de procedimentos ineficazes para a Covid, principalmente pelas redes sociais.

15 – Na sua visão, qual as consequências de uma politização e uma polarização de uma questão que é de interesse público geral?

16 – Qual o papel do Estado / do Governo em casos como este, de uma pandemia?

17 – Vocês entendem que os grupos mobilizados online (como o de vocês e outros) são propulsores de desenvolvimento neste caso específico e em outros?

18 – Até hoje só temos a vacina como possibilidade de efetivamente ultrapassar a pandemia, combinada com medidas de distanciamento social. Já foram administradas no mundo, cerca de 8 trilhões de doses de vacina (8.968.173.524 – conforma Johns Hopkins University & Medicine – dezembro 2021). E surgiram durante este último ano diversos grupos negacionistas, contra a vacina e outros grupos organizados online que promovem a desinformação. Isso aconteceu no mundo todo. Como veem essa questão? E a polêmica em relação a vacinação de crianças?

19 – De acordo com o autor alemão Jürgen Habermas: "A esfera pública continua a ser um princípio de organização do nosso ordenamento político". Ele também refere às práticas de jornalismo e de relações públicas como novas práticas no exercício da democracia. Vocês buscam um melhor entendimento de um problema social que afeta o mundo, na qual o debate ainda ocupa a esfera pública. O que têm a dizer sobre serem partes integrantes de um processo como este?

20 – Por fim, os países que numa análise básica, se saíram melhor na gestão da pandemia, foram os países que para além de comunicar ciência, também existiu um senso de dever cívico da população em geral. No Brasil, nos aproximamos dos 620 mil óbitos – um número absolutamente devastador – onde a comunidade científica e o jornalismo credível se viram tendo que medir forças com questões políticas. Qual o cenário que você vê daqui pra frente? Pós-Covid?

6.1.2 Justificação do desenho do guião com os objetivos da pesquisa

O guião da entrevista foi desenhado tendo em conta a pergunta de partida e os objetivos de investigação. A justificação é representada na grelha abaixo.

Tabela 02

Grelha 01 - Objetivos de investigação

Grelha 01 - Objetivos de investigação	
Pergunta de pesquisa	**Pergunta nº**
Como se organizam e quais as práticas de comunicação, o poder de ação e influência das mobilizações de cidadãos constituídos no digital, sobre a agenda na esfera pública em saúde?	Todas
Objetivos gerais	
Identificar as práticas sociais e de comunicação, relacionadas com as mobilizações online em saúde.	03, 14, 20
Refletir sobre o potencial dos *social media* para promoção de ações coletivas de cidadãos em prol da saúde	05, 18
Compreender como as mobilizações online em saúde podem contribuir para transformar a sua agenda na agenda política pública.	08, 16, 19
Objetivos específicos	
Construção de uma ideia mais precisa sobre as mobilizações online de saúde, como se constituem, organizam, comunicam entre elas.	01, 15
Realizar um mapeamento exploratório dos grupos de cidadãos de lí portuguesa existentes nas redes sociais online que permitam o diálogo e a par de ideias sobre saúde.	02, 13

Problematizar sobre como a espontaneidade e pouca literacia dos moderadores e elementos de movimentos digitais em saúde podem contribuir para a propagação de notícias falsas (diagnósticos, tratamentos, entre outros) e como uma literacia elevada em saúde pode contribuir para um maior esclarecimento dos cidadãos que usam os grupos das redes sociais digitais como fonte de informação.	04, 06
Averiguar a visibilidade, no offline, de um grupo de cidadãos, constituídos no digital, e qual a sua capacidade para influenciarem as organizações públicas na área da saúde.	07, 12, 17
Elencar e caracterizar as práticas e os canais de comunicação utilizados pela **Rede Análise**, para comunicarem entre si, com os media e o alcance na esfera pública.	09, 10, 11

Nota. Elaboração da autora.

6.1.3 Tratamento das entrevistas

As respostas dos dois entrevistados foram colocadas lado a lado na Grelha 2, por forma a facilitar a leitura de semelhanças e diferenças. Dada a extensão da Grelha, a mesma foi colocada em Apêndice a esta tese (ver Apêndice D).

6.1.4 Descrição das entrevistas aos coordenadores do grupo Rede Análise

As duas entrevistas foram realizadas via Zoom e transcritas manualmente para garantir maior rigor. O primeiro entrevistado foi o Isaac Schrarstzhaupt, que é responsável dentro do grupo pela parte de análise de dados e modelagens epidemiológicas. A entrevista durou 52 minutos e foi realizada no dia quatro de janeiro de 2022. A segunda entrevistada, foi Mellanie Fontes-Dutra, que é a idealizadora do grupo, esta entrevista durou 24 minutos e foi efetuada no dia onze de janeiro de 2022. As entrevistas foram propositalmente

realizadas após o período de um ano de observação e análise. Os nomes originais foram mantidos, não tendo qualquer problema com questões de ética neste caso em específico, além do mais os entrevistados assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, aceitando a utilização dos dados concedidos - os mesmos estão disponíveis para consulta na seção dos apêndices (Apêndices G e H).

Salienta-se que as transcrições aqui apresentadas possuem ajustes de texto de acordo com a norma do português, também há uma adaptação da linguagem no que tange a determinadas gírias e expressões, contudo procurou-se manter a transcrição da forma mais original possível. Existem também alguns pequenos cortes, para evitar uma extensão desnecessária e repetição de temas, entretanto com cuidado para não alterar o sentido de nenhuma frase.

Em suma, a entrevista é apresentada de forma completa, em sua totalidade, pois para fazer a análise de discurso dos entrevistados, esta era uma condição necessária. As entrevistas na íntegra podem ser encontradas nos Apêndices E e F. Para facilitar a leitura nas transcrições, o pesquisador é identificado com a letra P e o entrevistado com a letra E. Os áudios das entrevistas originais e a transcrição na íntegra, encontram-se disponíveis para consulta com a pesquisadora. A seguir são apresentados somente os principais pontos das entrevistas e os entrevistados são apresentados como E1 (Isaac Schrarstzhaupt) e E2 (Mellanie Fontes-Dutra).

6.1.4.1 Entrevista 01

Este espaço será utilizado como um resumo e destaque de principais trechos da entrevista. O membro do grupo Rede Análise começa a responder os questionamentos feitos pela pesquisadora esclarecendo questões básicas, como o formato e o modo de funcionamento do grupo em questão, quantidade de membros e divisão de tarefas: “é voluntário, se consegue uma vez lá fazer um texto ou ajudar numa revisão, o que a gente faz também é muita revisão por pares (E1. 2022, 04 de janeiro).”

Em sequência, quando questionado sobre a quantidade de acesso nas redes sociais online do grupo, o entrevistado diz que vai de encontro com os picos de Covid-19 “quando

tem um aumento de Covid ou tem uma piora, se pegar o gráfico da Covid, ele quase bate com o nosso gráfico de interação e engajamento nas redes (E1. 2022, 04 de janeiro).” Com relação às redes sociais online com mais e menos interação, o entrevistado comentou:

> Eu acho que o Instagram ou Facebook estão meio parelhos com menos, a gente posta lá tudo, posta os materiais, mas a gente tem mais interação no Twitter, justamente por causa dessa verticalização, quando a gente posta algo lá, chega rápido nos jornalistas, chega rápido nas pessoas e aí a informação acaba sendo ampliada nacionalmente, por exemplo, pelos jornais, pela mídia (E1. 2022, 04 de janeiro).

O entrevistado também explica a principal motivação do grupo e a maior razão pela qual são procurados pela população, que é atuar no esclarecimento de dúvidas na ausência de uma comunicação pública abrangente e eficaz. E diz:

> Nós acreditamos que isso ajuda a tranquilizar as pessoas e recebe bastante *feedback* assim: “Obrigado, vacinei toda minha família!” “Obrigado por me explicar!”. Então acreditamos que isso ajude a melhorar essa hesitação (antivacina), embora tem muita gente que é antivacina, mas tem muita gente que tem dúvida genuína ou é um pouco de medo (E1. 2022, 04 de janeiro).

Já referente a desinformação, ele coloca que: “notamos que têm esse grupo que é muito mais ideológico, então não adianta, mesmo que você sente com essa pessoa e traga todos os relatórios, todos os estudos científicos, o objetivo dela é botar desinformação no ar, é tentar politizar e criar transtorno” (E1. 2022, 04 de janeiro).

Outro ponto a destacar na entrevista é a inserção na esfera pública, nomeadamente na utilização de um dos trabalhos do grupo. Cita uma pesquisa do Facebook junto com a Universidade de Maryland – EUA (e *Carnegie Mellon University*),[152] que mostra os

[152] A Pesquisa de Tendências e Impacto Global COVID-19 do Centro de Ciência de Dados Sociais da Universidade de Maryland, em parceria com o Facebook, é uma parceria entre o Facebook e instituições acadêmicas. A pesquisa está disponível em 56 idiomas. Uma amostra representativa de usuários do Facebook é convidada diariamente a relatar tópicos como, por exemplo, sintomas, comportamento de distanciamento

sintomas e várias questões que as pessoas respondem sobre a pandemia. Dito isto, o entrevistado comenta: “eu fiz um painel para Rede Análise Covid falando sobre isso e um dia eu estava vendo uma *live* do governador do Estado do Rio Grande do Sul e ele usou o nosso painel” (E1. 2022, 04 de janeiro). Demonstrando uma consequência das atividades online, no offline, no auxílio nas decisões do governo.

Por fim, sobre Pós-Covid:

> A gente está vendo muito mais jornalista de dados, as pessoas entendendo a mexer com dados, está vendo mais jornalismo de ciências, então eu espero que pelo menos, surja isso, uma melhor comunicação de ciências e uma melhor e maior interesse da população que não seja só Covid, depois esqueceu tudo, ciências, esqueceu o que é vacina... que a gente continue falando, porque daí o que que acontece? A gente vai ter uma consciência melhor enquanto população, quanto mais ciente de tudo, melhores as decisões que a pessoa toma. (...) Então se esse tipo de conhecimento ampliar e a gente reduzir a incidência de doenças, reduzir e melhorar a saúde, eu acho que esse é o melhor legado pós-covid que a gente possa ter (E1. 2022, 04 de janeiro).

6.1.4.2 Entrevista 02

A segunda entrevista também é aqui resumida e destaca-se alguns trechos. A iniciar sobre a razão de criar o grupo:

---

social, aceitação de vacinas, problemas de saúde mental e restrições financeiras. O Facebook fornece pesos para reduzir o viés de não resposta e cobertura. As estatísticas em nível de país e região são publicadas diariamente por meio de API e painéis públicos, e os microdados estão disponíveis para pesquisadores por meio de acordos de uso de dados. Mais de meio milhão de respostas são coletadas diariamente (tradução livre).

No original: The University of Maryland Social Data Science Center Global COVID-19 Trends and Impact Survey, in partnership with Facebook is a partnership between Facebook and academic institutions. The survey is available in 56 languages. A representative sample of Facebook users is invited on a daily basis to report on topics including, for example, symptoms, social distancing behavior, vaccine acceptance, mental health issues, and financial constraints. Facebook provides weights to reduce nonresponse and coverage bias. Country and region-level statistics are published daily via public API and dashboards, and microdata is available for researchers via data use agreements. Over half a million responses are collected daily.

> A ideia era construir um espaço de discussão para tentar entender o que estava acontecendo em outros países e ver o que poderia acontecer aqui (Brasil) para tentar lidar da melhor forma possível e acabou que o grupo acabou se diversificando e ganhando mais membros, mais propostas e a gente também resolveu além de colaborar com essa história de dados, de fazer análises, também atuar em outras frentes como divulgação científica e também análise de populações vulneráveis (E2. 2022, 11 de janeiro).

A entrevistada também fala em relação às *fake news*: "a gente tenta criar ferramentas que as pessoas possam usar para fazer uma validação inicial, se aquele conteúdo faz sentido, se não é *fake*, que elas podem usar para tentar se proteger dessas *fake news"* (E2. 2022, 11 de janeiro). Comenta que é algo que dificulta todo o processo e dando sequência, também responde sobre a polarização neste contexto:

> Muitos temas acabaram ficando enviesados por conta dessas questões políticas, ficou difícil de abordar algumas coisas, porque as pessoas entendiam que isso poderia ter um fator político interferente, político partidário no caso, quando não, então acabou virando uma disputa de narrativas enviesadas por esse cunho político-partidário (E2. 2022, 11 de janeiro).

Sobre legado pós-covid, a idealizadora do grupo Rede Análise, destaca um ponto instigador: "A gente tem aí vacinas de RNA[153] que agora com essa aprovação, podem também dar espaço para pesquisas em outras áreas. Enfim, tem muitas coisas positivas, né?

[153] As vacinas tradicionais funcionam injetando proteínas virais inativadas chamadas antígenos, que estimulam o sistema imunológico do corpo a reconhecer o vírus quando ele tenta infectar o corpo. A genialidade das vacinas de RNA é que não é preciso injetar os antígenos: o que essas vacinas fazem é usar a sequência genética ou "código" do antígeno traduzido em RNA, para provocar uma resposta do sistema imune. Graças ao avanço combinado da entrega por lipídios e da tecnologia de mRNA, estão em desenvolvimento os projetos Translate Bio para fibrose cística e esclerose múltipla; uma vacina de mRNA da Gritstone Oncology e Gilead Sciences para HIV; terapias para fibrose cística e doenças cardíacas da Arcturus Therapeutics; e tratamentos de doenças pulmonares graves e asma pela *start-up* alemã Ethris em parceria com a AstraZeneca (conforme reportagem da BBC Brasil).

Muitas delas envolvendo avanços científicos que fizemos nesse meio tempo (E2. 2022, 11 de janeiro."

6.1.5 Notas – observação e análise de discurso das entrevistas

No que tange às entrevistas, alguns pontos são passíveis de destaque. A começar pelo facto de o grupo ter surgido com uma proposta bastante informal, de verificar o que era possível fazer do seu ponto de ação, de colaborar nesse sentido e acabaram por se tornar uma fonte oficial e recorrente de informação, buscada pelos media e pelos governos. O conhecimento e o discurso neutro pautado em informações científicas, levou a que fossem chamados como especialistas. Entretanto, isso só aconteceu porque estavam expondo seu conteúdo online. Certamente existem pesquisadores com muito mais anos de experiência que não foram chamados como fontes oficiais e não tiveram a mesma exposição e consequentemente, reconhecimento posterior, porque não utilizaram a divulgação. Este episódio vai ao encontro do que foi aqui comentado no primeiro capítulo, no item do agendamento social e nomeadamente das novas formas de agenda. Os meios de comunicação buscaram as redes sociais online para encontrar os assuntos comentados em relação ao Covid-19 e assim, definiram muitas das suas fontes e da sua agenda que por vezes, foi criada até mesmo pelo próprio grupo analisado. Com isso, observa-se que o modo de agir da Rede Análise foi se estruturando ao mesmo tempo que a pandemia ia ocorrendo, aparece inicialmente com um viés mais comunitário e informal e percebe-se que vai se modificando com novas criações, materiais e um aumento do nível de organização.

Outro ponto observado é em relação à temática dos inúmeros grupos antivacina, online e offline. Nota-se que houve uma verdadeira militância ao redor do mundo em relação a este tema, contudo com o passar do tempo e com os resultados da vacinação, que trouxe ao conhecimento público que a grande maioria dos casos de internações e mortes são de pessoas não vacinadas, estes grupos antivacinação foram perdendo força e adesão. Nesse sentido, os dois entrevistados comentam sobre o tema com muita propriedade, sendo que também é especialidade da entrevistada 02, já que é biomédica. Enquanto grupo mostraram-se estar muito envolvidos na psicologia das pessoas e possuir uma compreensão

aprofundada das relações pessoais e dos discursos sociais que estavam a circular no momento.

Em relação a questões políticas, evidenciam não estar vinculados e nem publicamente posicionados a nenhum partido político, também a nenhuma universidade e nenhuma entidade, desenvolvendo trabalho 100% voluntário e independente. Mas os dois disseram terem sido chamados por políticos para prestar esclarecimentos sobre a pandemia e mostraram uma satisfação também em relação a isto, por ter um impacto inegável e influência na decisão dos governantes a níveis municipais e estaduais (ver item 6.5.2).

Sobre desinformação, excesso de informação e *fake news* - que foram três quesitos que claramente atrapalharam muito todo o processo de cientistas, jornalistas e de qualquer pessoa que estava tentando desenvolver um trabalho de comunicar ciência, em um período de crise - o primeiro entrevistado colocou um ponto de vista interessante ao dizer que a partir da desinformação é possível também construir informação de qualidade e realmente, constata-se que o grupo fez diversas postagens, legitimando informações (ver subcapítulo 6.3).

Ainda que os entrevistados consigam ver pontos positivos disto, estes três tópicos acima citados, tornaram a primeira pandemia da era digital em uma realidade social caótica. Com narrativas polarizadas,[154] narrativas recorrentes, narrativas em excesso por todos os lados, com abertura para teorias da conspiração, levaram a um caos mediado. Cada vez mais em linha com uma Sociedade do Cansaço, como a descrita por Byung-Chul Han, "A comunicação generalizada e a superinformação ameaçam todas as forças humanas de defesa" (2019, p. 15). Em meio a pandemia ainda busca-se ser positivo, para fugir do lado escuro, da depressão, para ser forte para alguém próximo. Entretanto, não existe nada mais exaustivo do que tentar ser positivo, quando a situação não é.

[154] Sem a presença do outro, a comunicação degenera em um intercâmbio de informação: as relações são substituídas pelas conexões, e assim só se conecta com o igual; a comunicação digital é somente visual, perdemos todos os sentidos; vivemos uma fase em que a comunicação está debilitada como nunca: a comunicação global e dos likes só tolera os mais iguais; o igual não dói! Byung-Chul Han, El País, 01 de março de 2020.

> A violência da positividade que resulta da superprodução, super desempenho ou supercomunicação já não é mais "viral". A imunologia não assegura mais nenhum acesso a ela. A rejeição frente ao excesso de positividade não apresenta nenhuma defesa imunológica, mas uma ab-reação neuronal-digestiva, uma rejeição. Tampouco o esgotamento, a exaustão e o sufocamento frente a demasia são reações imunológicas. Todas essas são manifestações de uma violência neuronal (Han, 2019, p.16).

Ao efetuar uma análise crítica do discurso, através das duas entrevistas concedidas, se percebe que os entrevistados em determinados momentos e expressões utilizadas, retratam um pouco disso, como a repetição de que "tem sido desafiador", utilizada por três vezes na segunda entrevista, por exemplo. As consequências da pandemia ainda vão ficar mais claras com o decorrer da história, contudo não há dúvidas, que a sociedade vive um cansaço coletivo. A superexposição, a comunicação, a dúvida, o medo, tudo isso misturado, gerou um impacto emocional individual - e coletivo.

Apesar de pontos de vista e ideias que convergem, as duas entrevistas apresentam estruturas claramente diferentes, uma com respostas mais longas e outra com respostas mais concisas, embora o meio e a técnica de entrevista sejam os mesmos. A partir do guião inicial de perguntas (disponível acima), as respostas que iam sendo dadas levaram a novas perguntas que geraram caminhos diferentes de conversação.

A análise do discurso também evidencia que a utilização linguística denota o local de fala, nomeadamente o emprego da segunda e terceira pessoa misturados é característico do Estado do Rio Grande do Sul, no Brasil. Outras palavras mais técnicas, denotam o vínculo a uma comunidade científica. Na primeira entrevista existiu um relato maior de experiências, na segunda entrevista, verifica-se uma maior formalidade na entrevista. A postura com o tema da entrevista é cumprida em todos momentos. O tom de voz é equilibrado e foi mantido um tom de conversa, se percebe uma ligação mais emocional dos entrevistados quando os mesmos relatam a questão da gratidão de algum indivíduo que foi ajudado por eles, por exemplo, no esclarecimento de alguma dúvida. Deste modo, isso representa um ponto de força na continuação do que tem sido feito a nível do grupo.

Os entrevistados possuem um estilo discursivo científico, porém em uma linguagem popular, no sentido de usar palavras comuns e acessíveis, mostram ter um conhecimento muito profundo, tanto técnico, como social de tudo o que foi vivenciado. Além disso, apresentam-se com um posicionamento bastante claro em favor das comprovações científicas e fazem questão de ratificar isto, tentando manter afastada qualquer ligação política, inclusive é visível que procuram manter o discurso/entrevista em tom de isenção. Por mais que seja uma utopia deixar a subjetividade totalmente à parte, evidentemente que as colonizações ideológicas existem, mas o discurso se mantém num mesmo posicionamento, que é deixado claro e se mantém do início ao fim da entrevista.

Os discursos dos dois entrevistados interagem, sendo visivelmente construídos dentro de uma "comunidade" e de um pensamento que converge. Os efeitos de sentido, o interdiscurso, ou seja, como as identidades se conectam com outras identidades, entre os dois entrevistados e com os outros membros do grupo, aparentemente formam uma rede interdiscursiva. O que indica que provavelmente ao entrevistar uma terceira pessoa, encontraria características também similares no discurso.

Ao analisar pelas duas entrevistas concedidas, identifica-se notoriamente que a retórica é de uma comunicação intencional. Um desígnio claro de comunicar ciência de uma forma simples para a sociedade, entendendo que, na falta de uma comunicação pública forte, a informação neste caso, pode salvar muitas vidas. Representam também as vozes não ditas, mas que estão presentes no discurso, que vem da ideologia e da educação recebida a níveis pessoais. A linguagem, a sociedade e a história, se unem na descrição desse processo de sentido, ou de sentidos, que as entrevistas descortinam.

6.2 O processo de observação do Movimento digital de cidadãos em rede: Rede Análise

O grupo e seus objetivos já foram retratados no item 5.2, agora serão apresentadas as redes sociais online que compõem o ambiente comunicacional, sendo a principal forma de comunicação. A observação realizou-se consultando a atuação de vários movimentos

online em saúde, bem como toda a plataforma digital do grupo em análise, composta pelo site e pelas redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter e Youtube. No Anexo B, verifica-se o *layout* dos mesmos.

No site se encontram as informações com maior densidade, gráficos, análises, textos científicos, realizados pelos membros do grupo. Subdivide-se em várias categorias, como: Publicações, Vulnerabilidades, Dúvidas Frequentes.

Na seção de publicações encontram-se subseções, tais quais: Gráficos, História das Epidemias, Vacinas, Estados, Desvendando *Fake News*, trazendo bastante conteúdo para quem possuir uma literacia digital e em educação. O site, bem como tudo que nele está, é fruto de trabalho realizado pelos membros do grupo, sem intervenção profissional, subsídios ou vínculos com empresas. Tudo é decorrente de trabalho colaborativo voluntário.

Da mesma forma, ocorre com as redes sociais online. Nas entrevistas dispostas acima, os coordenadores do grupo comentaram que são moderadas e criadas por eles na totalidade, desde o design das imagens nos posts, até os gráficos e análises mais complexas relativos à pandemia.

Inicialmente era previsto trabalhar com o Facebook, já que é a rede social mais utilizada no mundo hoje, com 2,7 bilhões de usuários. Contudo, no caso deste grupo em específico, revelou-se que possuem um grupo no Facebook, que conta com 2,6 membros, bem como uma página no Instagram, com 4,9 seguidores, Youtube com 1,4 mil seguidores, mas que a interação se dá, no caso deste grupo, principalmente pelo Twitter, com 53,5 mil *followers* (no final de 2021). A verificação dos números pode ser efetuada nas Figuras que estão no Anexo B.

Durante o período de um ano, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2021, estas redes foram observadas e analisadas de forma exploratória, constata-se que o observado é coerente com o que foi comunicado nas entrevistas. O grupo distribui o conteúdo produzido por todas as redes, dependendo do formato do conteúdo. Por exemplo, o formato do Facebook facilita a utilização de links e compartilhamento de notícias de outros sites. O Instagram viabiliza a postagem de conteúdos mais sucintos e através dos *Stories* também a resolução de dúvidas via vídeo ou a convocatória para uma *live* no Youtube. No Twitter, pela verticalidade da rede, o grupo consegue atingir mais facilmente os meios de comunicação e fontes oficiais, como governos. O que não acontece com o Facebook e

Instagram, que são mais horizontais e dependem para ter visualização, de que o conteúdo seja repassado pelos amigos e assim em sucessivamente, para que haja um compartilhamento de forma orgânica. Também seria possível, se existisse monetização, impulsionar a publicação, mas não é este o caso. No Youtube, o grupo faz *lives* sobre temas específicos e também com enfoque explicativo para a população. Atuando principalmente com duas modalidades de vídeos: a) *lives* que ficam depois disponíveis e que em geral são longas, em torno de 1 hora e b) vídeos mais curtos com menos de 10 minutos. Cada rede social online prioriza um formato de comunicação diferente, ainda que o assunto abordado seja o mesmo.

A informação compartilhada nas redes sociais é similar, analisando o *layout* das redes (Anexo B) podemos verificar que possuem coerência, tanto no conteúdo, como na identidade visual. O logo utilizado inicialmente era composto por uma mão, com um símbolo em vermelho atrás, que é a foto utilizada no perfil do Instagram. Depois este foi alterado para um elo, que passa a ideia de conexão. Junto com tons rosa, laranja e azul, como pode ser visto no *layout* do Facebook, Twitter e Youtube. Como se sabe, as cores carregam significados, o rosa por ser a combinação do vermelho com o branco, traz a necessidade de ação do vermelho combinada com a visão trazida pelo branco, embora psicologicamente seja uma cor ligada à afetividade. Já o laranja representa entusiasmo e pode ser utilizado em momentos difíceis. O azul, por sua vez, é associado à estabilidade e tranquilidade. As cores exercem um papel psicológico, influenciando o cérebro e foram utilizadas de maneira interessante, combinando elementos de forma agradável. Isto é importante, tendo em conta que as pessoas levam cerca de 90 segundos para fazer um julgamento subconsciente, sobre um ambiente, imagem ou produto, após a visualização inicial (Heller, 2012) e isto pode refletir em continuar ou não na página e em buscar mais informações ou não. Bem como, pode significar a adesão ou não a um movimento, a partir de um interesse visual inicial.

O logotipo inicial era mais amador, ao passo que o segundo logotipo é mais adequado a uma proposta de identidade visual claramente colocada. É ligada a uma *persona* que foi se desenhando com o decorrer do tempo de criação do grupo, contudo é interessante também utilizar o nome, para além do símbolo escolhido, assim permitindo maior usabilidade, em outros formatos e documentos.

A identidade de uma organização é transmitida através dos seus atributos visuais, como nome, logotipo, serviços, produtos, instalações, uniformes e tudo mais que pode ser

visualizado e que comunica aos públicos. Estes, por sua vez, criarão percepções acerca disto, se o que refletir revelar a realidade organizacional, então a identidade está bem trabalhada. A reputação é diferente da imagem porque ela é construída ao longo do tempo e não é simplesmente uma percepção momentânea. Além disso, é diferente pois é um produto tanto de público interno como de público externo, enquanto a identidade é pensada e realizada pelo público interno. Em um processo de avaliação da reputação, a organização deve examinar todas as percepções. Inclusive do processo, já que estudos mostraram que as pessoas confiam mais na opinião de outras pessoas /consumidores, do que nas organizações tradicionais, como as empresas (Argenti, 2006).

Figura 13

Logotipos - Rede Análise

Logotipo inicial	Logotipo atual
	

Nota. Elaboração da autora.

Quanto ao número de seguidores, segue uma métrica similar em todas as redes sociais do grupo, com exceção do Twitter, na qual o número é bastante expressivo. Ao juntar o perfil oficial do grupo - @redeanalise (53 k) – mais os perfis dos dois entrevistados, Mellanie Fontes-Dutra - @mellziland (75 k) e Isaac Schrarstzhaupt (41 k) - @schrarstzhaupt, somados os perfis ultrapassam 150 mil seguidores, que é um número expressivo ao se tratar de perfis que comunicam sobre ciência / saúde / pandemia. Com o ambiente da rede apresentado, segue-se para a análise de conteúdo.

6.3 Retrato netnográfico e análise de conteúdo

Os indivíduos, enquanto cidadãos são, na sociedade pós-moderna, convocados a intervir na vida pública, a mostrarem seus pontos de vista e contribuírem com o que está dentro do seu alcance, dentro de uma ideia reflexiva de como viver a sua vida, individual e coletivamente. Embora existam círculos de ação, em que o pensamento coletivo passa por ondas de altos e baixos. Entrementes, em situações especialmente de crise, volta sempre a estar em voga. De modo geral, os que participam do espaço público, como os membros do grupo Rede Análise e tantos outros em diversificadas formas, assumem cada vez mais essa dimensão coletiva, que abre mais espaço para ações e movimentos sociais. O agir destes grupos/movimentos, é um agir político, ao buscar cumprir seus interesses ou de outrem.

A atual "internetização" da vida, permite uma percepção de que todos vivem uma vida similar, globalizada, ao ter facilidade de falar com quem quiser, para assistir filmes, acessar as principais páginas de notícias, os produtos que igualmente são comprados e a moda que é seguida. Esse modo de vida, passa a falsa ideia de que vivemos num mundo igual e além disso, ele interfere na privacidade das pessoas de uma forma bastante distinta e muito mais profunda do que antigamente. Esse modo de viver apresenta novas angústias, incongruências e medos. Ana Isabel Cabo (2008) considera que a globalização está ligada às noções de "políticas da vida" e "modernização reflexiva", que são conceitos de Anthony Giddens, ou também como "sociedade de risco", de Ulrich Beck. Cabo (2008) interpreta que a reflexividade, por sua vez, acaba por ser também um produto da própria globalização, onde os indivíduos confrontam-se com riscos e problemas econômicos, políticos e sociais, mas principalmente em como viver a sua própria vida. E é nesse contexto que se disseminam as questões de solidariedade, identidade e ética (Cabo, 2008).

O passo inicial da grande maioria dos grupos/movimentos, tem sido criar contas em redes sociais online, sendo um meio barato, acessível e com alto grau de interatividade.[155]

[155] Com a popularização da comunicação, via redes sociais, a interatividade entra em voga e começa a ser objeto para muitos estudiosos. Carrie Heeter (2000), destaca sete condições para que exista interatividade midiática: 1) A informação é sempre procurada, não simplesmente enviada; 2) Os sistemas de mídia exigem diferentes níveis de atividade dos usuários, ou seja, eles são ativos até certo ponto; 3) Algumas mídias, assim como alguns receptores, são mais interativas(os) que outras(os); 4) As interações pessoa-máquina também integram-se a comunicação, mesmo que de uma maneira distinta; 5) O feedback é uma forma de mensurar o comportamento dos usuários; 6) Não é em todo os sistemas midiáticos que se observa a distinção entre emissor e receptor; 7) A comunicação massiva e/ou interpessoal podem ser facilitadas através de sistemas

Considerando a interatividade dentro de uma perspetiva comunicacional.[156] Será através de um processo evolutivo, que a interatividade via redes sociais poderá gerar sentimento de pertencimento e engajamento a ponto de organizarem-se grandes mobilizações sociais. Entretanto é importante ressaltar que

> a interatividade é condição necessária, mas não é suficiente para mobilizar. O pertencimento é condição necessária para ser ativo no ciberespaço, entretanto também não é sozinho suficiente para uma ação de mobilização (não-virtual). O engajamento é a característica que efetivamente poderá conduzir a uma ação mobilizadora. Contudo, sempre serão uma série de fatores e de pré-disposições, que em conjunto, levarão à ação (Scherer, 2016, p. 101).

Tendo isto posto, como forma de (re)conhecer o Facebook e o Instagram e as potencialidades informacionais das redes sociais na internet, neste ponto da pesquisa, foi criado um mapa de palavras a partir do Facebook e posteriormente foram selecionados *posts* do Instagram, manualmente, dentro do período de 01 ano, para efetuar uma análise de conteúdo. Buscando identificar os tipos de *posts* dentro das categorias: 1. Defesa de causa; 2. Promocional; 3. Institucional; 4. Informacional; 5. Relacionamento. Categorias definidas pela autora.

O mapa de palavras foi criado a partir de um documento de texto em Word, este texto, por sua vez, foi construído com o título de todas as postagens e os comentários destacados somente do grupo do Facebook do Rede Análise, no período de janeiro de 2021 à dezembro de 2021. A seguir, foi utilizado o Wordclouds, um site que possibilita que se faça mapa de palavras a partir de vários meios e permite que o resultado seja exposto em vários formatos. Para obter um melhor resultado das palavras que foram mais utilizadas,

midiáticos. O autor também menciona que a interatividade pode ocorrer não somente de pessoa para pessoa, mas também de pessoa para com a informação ou objeto, como por exemplo, com um computador. Para ele, os receptores buscam através das relações midiáticas, coisas que lhes são convenientes, como informação e lazer (Scherer, 2016, p. 39).

[156] Na perspetiva comunicacional, Sally McMillan (2002) apresenta quatro indicações do que é o papel do indivíduo dentro deste processo: 1) monólogo, quando há pouco controle por parte do receptor; 2) *feedback*, o receptor tem uma participação limitada; 3) diálogo, havendo a certeza de resposta do receptor, embora o emissor tenha maior controle; e 4) discurso mútuo, igualdade de controle durante o processo comunicacional (Scherer, 2016, p.40).

decidiu-se por retirar as palavras conectivas como “que”, “a” e assim por diante. O resultado é exibido na Figura 14.

Figura 14

Mapa de palavras - Rede Análise – Grupo Facebook



Nota. Fonte: Criado com Wordclouds.com

As palavras com maior destaque foram aquelas que mais se repetiram e/ou que tiveram mais relevância no *corpus* do texto. Ou seja, Covid-19, análise, pandemia, casos, especialistas, Brasil, cientistas, saúde e o nome dos dois entrevistados. Numa proporção menor de tamanho e ocorrência, aparecem palavras como: alerta, semanas, óbitos, teste, dose, bandeira, preta e nomes de veículos de comunicação. E ainda em menor quantidade e tamanho: estudo, técnica, Facebook, dúvidas, aulas, alta, queda, contágio, saliva, regiões, *thread* e meses do ano. E, por fim, as palavras: curva, sintomas, mortes, prevenção, movimento, movimentação, onda, grupo, cepa e “obrigada”.

Com isso, se pode notar que as palavras se inter relacionam, tendo como destaque principal a palavra Covid-19 e em menor proporção, por exemplo, agradecimentos, na

seção de comentários. Não foi encontrada no mapa, nenhuma palavra que destoasse do contexto. Presumivelmente, seguiu-se uma progressão, conforme o desenrolar da pandemia. Em relação a palavra “aulas”, sabe-se que houve picos de busca sobre esse tema, diferente da palavra destacada “pandemia” que foi constante.

Apesar da simplicidade de utilizar este mapa, o objetivo da sua criação também foi indicar caminhos para a seleção de alguns posts, que serão analisados na sequência. O *Trending Topic* no Twitter, teria a mesma característica. Este hiper resumo ajuda a visualizar de imediato os termos mais comuns.

O discurso, representado nesse caso pelas palavras, revelam também algumas relações de poder, disfarçadas nas práticas discursivas. O poder se mantém através da legitimação do discurso. Deste modo, as falas reproduzidas nas redes sociais online e que circulam neste meio, estão passíveis de relações de poder e ideologia, e as palavras podem ajudar a compreender essa constituição (Recuero, 2015).

Quando se fala em “bandeira” e “preta”, fala-se de um sistema criado pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul que representava o equivalente ao nível máximo de gravidade no número de contágios e que deveria significar *lockdown* voluntário da população, observa-se que estas duas palavras tiveram destaque e são representativas da situação, sendo uma forma de relação de poder, o decreto de uma situação de emergência. Da mesma forma, os meses de março e janeiro, são claramente vinculados ao número de aumentos de casos no período nesta região/país. E assim, sucessivamente, pode-se desvelar o que está por trás daquela palavra, assim como os *posts*, também podem ajudar a compreender melhor uma realidade.

Isto posto, serão agora analisados *posts*, que foram selecionados a fim de verificar o conteúdo e entender mais ao pormenor, a atuação do grupo e das pessoas. O primeiro *post* destacado (Figura 15), é do tipo informacional, foi publicado no Instagram e está convidando para uma *live* que ocorreu no dia 23/12/2021. A *live* abordaria a então nova variante do Covid: Ômicron, o apagão de dados (mencionado na primeira entrevista), a vacinação infantil que estava em discussão se seria ou não aprovada e as festas de final de ano, no que diz respeito aos cuidados e possíveis cenários. A imagem mostra os seis participantes da *live* e entre eles, os dois entrevistados.

Figura 15

Post "Novidades na Rede" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

No caso de um projeto mobilizador, constata-se que normalmente buscam mobilizar pelo lado sentimental, dependendo o caso, por vezes até de uma forma um pouco apelativa, mas a análise cuidadosa de todos os procedimentos de coleta e tratamento de dados apresentados na metodologia irá ajudar a compreender os resultados e efeitos que, de facto, são alcançados por estas ações de comunicação. Neste caso, buscam mobilizar pela relevância do tema, ao indicar a *live* estão a indicar que as pessoas assistam para obter informação mais profunda sobre as temáticas. Mas conteúdos extensos, não costumam ter muita adesão, para assistir a um conteúdo denso, o indivíduo precisa ter muito interesse. A pandemia por si só é um tema de interesse, mas a maioria da população acaba por se contentar a um nível básico de informação. Embora não tenha sido observada uma grande participação em termos de interação, identificando um número de comentários bastante reduzido, ainda assim, esta *live* em especial, por exemplo, recebeu um comentário bastante afetivo:

> Obrigada por essas informações! Fiquei triste por causa do apagão de dados... eu sempre me guiava pelos gráficos e projeções do Isaac. As decisões de enviar a minha filha pra Escola, frequentar a casa dos avós e etc... eram tomadas sempre escutando o Isaac. Lamentável o que aconteceu (comentário, *live* "Variante Ômicron, Apagão de Dados e Vacinação infantil". Youtube Rede Análise. 2021, 22 de dezembro).

De igual forma, outros vídeos também tiveram boa recepção por parte das pessoas, distinguindo de outros comentários negativos, que serão analisados no próximo subcapítulo e conforme podemos verificar:

> Obrigado pelo empenho de vocês! (comentário, *live* "Dados da Pandemia: Uma verdade inconveniente". Youtube Rede Análise. s.d.).

> Excelente abordagem. Nossa gratidão por compartilharem com nossas escolas seus conhecimentos e olhares críticos, analíticos e providos de sabedoria e fundamento, frente a este momento triste em que vivemos! (comentário, *live* "Atualizações da pandemia: Março de 2021", Youtube Rede Análise. s.d.).

Com os comentários é possível perceber a gratidão pelo esclarecimento do tema e das dúvidas, algo que foi referenciado nas entrevistas. Já em relação ao segundo *post* analisado (Figura 16), ele se enquadra no tipo defesa de causa, sendo também publicado no Instagram e igualmente convida para uma ação, desta vez em outra rede social online, o Twitter. Nesta estratégia que chamam de "Tuitaço", a ideia é mobilizar a população para a vacinação, naquele momento para tomar a segunda e terceira dose e manter o esquema vacinal completo.

Figura 16

Post "Tuitaço" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

Na descrição do *post*, o grupo sugere que a população tire uma foto tomando as doses da vacina e que postem nas redes sociais online, marcando as hashtags #todospelasvacinas e #esquemacompleto. Esta é uma ação estratégica que promove a interação. Mobiliza as redes orgânicas de cada indivíduo, incentivando a ação. Mesmo sem possivelmente ter conhecimento específico e consciência de um planejamento de comunicação estratégica, verifica-se que o grupo desenvolve ações neste sentido. A vinculação entre as redes sociais digitais é inteligente, pois atinge públicos diversos, ampliando a potencialidade de mobilização.

Os meios de comunicação desempenham um papel determinante, nomeadamente em relação aos fatores que moldam o caráter da democracia e o engajamento político. Segundo Dahlgren (2015), os meios de comunicação devem ser vistos como acessíveis aos membros da sociedade em geral, em termos técnicos, económicos, culturais e linguísticos. Eles atravessam atualmente um período de profunda turbulência e compreender o seu ofício na democracia e de igual forma, as suas possibilidades futuras e ameaças, é algo incontestável, para que se possa alcançar algum controlo sobre os seus processos de funcionamento. Os impérios de media impuseram-se a uma escala global (e continuam a fazê-lo), concentrando a propriedade nas mãos de um pequeno número de

megacorporações, fazendo com que o movimento que parte do cidadão comum exerça uma espécie de contraposição fundamental para a democracia (Scherer, 2016).

Os muitos debates e muitas maneiras em que a cidadania e a democracia podem ser vividas, seguem uma série de parâmetros inter-relacionados de forma dinâmica: valores, afinidade, conhecimento, identidades e práticas. Conforme (Dahlgren, 2013) embora cada *tag*[157] ou postagem online apontem para um discurso em particular, que indica a respetiva disposição subjetiva de o indivíduo estar participando em grupos com intuitos cívicos. Os indivíduos podem participar pela sensação de "recompensa", por sentirem-se comprometidos com o social, ou até como uma obrigação. Mas não surpreendentemente, a participação e as discussões online, não sempre seguem os altos ideais definidos para uma democracia, os discursos não são sempre racionais e a tolerância com aqueles que defendem pontos de vista diferentes, às vezes, não são assim tão civis (Dahlgren, 2013).

Figura 17

Post "Ameaça" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise.

Esta publicação no Instagram do Grupo Rede Análise, representada na Figura 17, fala sobre as ameaças pessoais que os membros recebem e contém depoimentos sobre isto. Caracteriza-se como um *post* institucional, por falar de uma situação do grupo, enquanto

[157] "Tag" em inglês significa etiqueta. As *tags* na internet são palavras que ajudam na hora de organizar informações, agrupando aquelas que receberam a mesma marcação, e desta maneira, facilitando encontrar outras relacionadas.

organização. Esta foi uma questão colocada nas duas entrevistas e com mais ênfase, na segunda entrevista. Na postagem, descrevem que os membros do grupo fazem um movimento voluntário, sem remuneração, em prol social, em meio a uma crise e que, ainda assim, recebem ataques pessoais em diferentes redes sociais online.

À parte da questão da ameaça, cabe destaque também à *hashtag* #redenasredes, através dessa *hashtag*, o grupo expõe questões relacionadas ao próprio grupo e não a outras temáticas, mostrando uma construção de conteúdo segmentada e construída de forma organizada.

O discurso de ódio é cada vez mais frequente, levando grandes organizações a abordarem o tema. Segundo um *post* das Nações Unidas no Instagram (14/11/2021), o discurso de ódio está repetidamente ligado à desinformação e a teorias da conspiração, que borbulham nas redes sociais online. O discurso de ódio, comumente ameaça a estabilidade social e aumenta as tensões. E sugere que a população desenvolva um pensamento crítico e que clique com sabedoria, deste modo, contribuindo para um engajamento online saudável.

Raquel Recuero (2015), disserta que essa além do discurso de ódio, o problema também passa pela facilidade de reprodução do mesmo e pode ocasionar um impacto considerável na agressividade que surge nessas ferramentas. O próprio facto de reproduzir algo negativo, de pessoas que possuem o desejo de discutir ou desconstruir situações, possui efeitos na rede. Essas mensagens encontram eco com muita facilidade e ao serem reproduzidas nos *social media* revelam discursos xenófobos e racistas, que acredita-se e espera-se que não mais existam, mas se mostram, ao contrário, em grande número e de forma muito enraizada na sociedade (continua na próxima seção de análise).

Em contraponto, o grupo também ressaltou (Figura 18) em outro *post* no Instagram, do tipo informacional, os efeitos positivos da utilização das redes sociais online. Revelou o aumento de conteúdo científico no Twitter e mostra que isso foi responsável pelo aumento da procura das máscaras de proteção contra o Covid, conforme estudo da Science Pulse.

Figura 18

Post "Divulgação Científica" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise.

O estudo feito com base em milhares de *tweets*[158] de mais de 1.500 perfis monitorados, fez um mapa da discussão sobre divulgação científica nas redes sociais online. As considerações feitas indicam que a construção colaborativa aconteceu através de um número alto de *retweets*,[159] menções e respostas, substancialmente baseados nos 15 perfis mais influentes na conversa sobre o vírus, a doença e a vacina. Destes 15 perfis, 10 foram pessoas e 05 foram instituições, seguindo critérios de popularidade, autoridade e articulação (ver mais em https://www.nucleo.jor.br/sciencepulse/).

O poder público deixou uma lacuna de informação, a comunicação pública conforme vimos no subcapítulo 2.3, não só não ocorreu, como ocorreu ao reverso no caso do Brasil, com os principais membros do governo do país atuando fortemente contra o que diziam os cientistas. Deste modo, trabalhando em colaboração, individualmente ou em Grupos digitais como o Rede Análise, ao ver a Figura 19, percebe-se o alcance enorme que estes obtiveram.

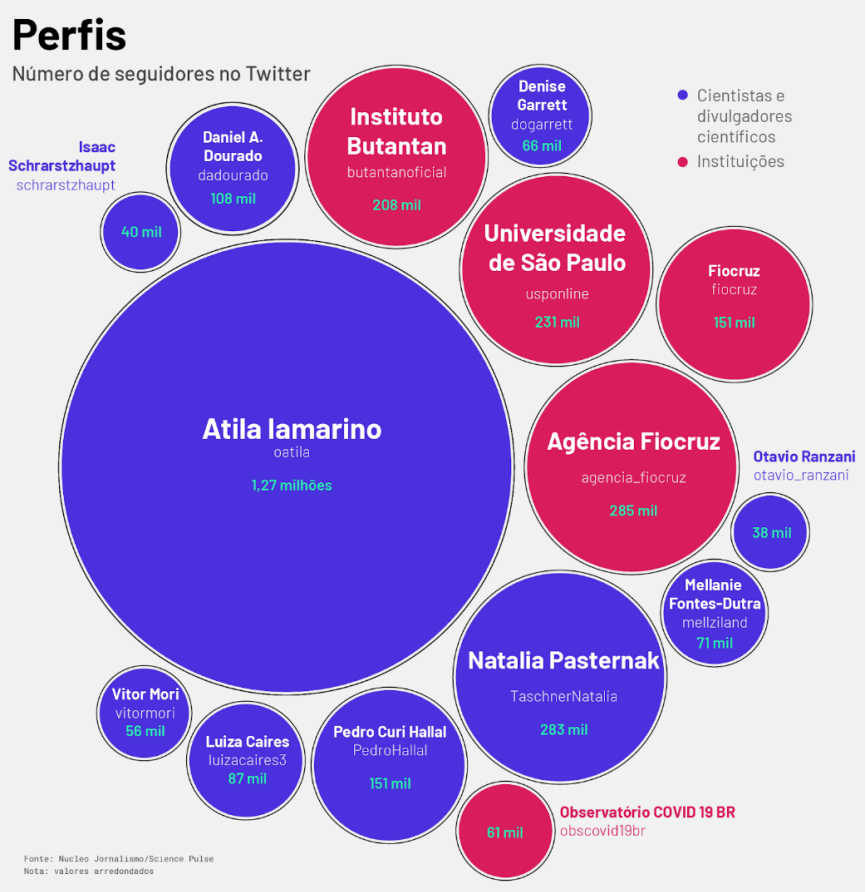
---

[158] *Tweet* é o nome utilizado para designar as publicações feitas na rede social do Twitter. De modo literal, a expressão em inglês *tweet* significa "gorjeio" ou "pio de passarinhos".

[159] Retuíte, tradução livre.

Figura 19

Estudo "Science Pulse"



Nota. Fonte: Núcleo Jornalismo Science Pulse (valores arredondados).

Ao analisar, vê-se que os dois entrevistados estão entre estas 15 figuras mais influentes. Também é interessante observar que vozes privadas atingiram a esfera pública, com um pano de fundo (neste caso) de grupos digitais, ultrapassando até mesmo em alcance, grandes instituições renomadas.

O que está de acordo com o que aqui vem sendo investigado. As políticas de vida são hoje o sustentáculo da construção das próprias identidades, que já não lhes é dada por culturas ou instituições tradicionais. Conforme Ana Isabel Cabo (2008, p. 17), nas políticas de vida, a identidade e a existência recebem relevância, de igual forma, as interrogações sobre o *self*. Desta maneira, não é mais a política que vai até o cidadão e sim o cidadão que vai até a política. O indivíduo tem o poder de ser colocado no centro das decisões, possui a

liberdade de fazer escolhas e de colocar para si mesmo algumas questões essenciais, nomeadamente como viver a própria vida.

Ao tomar decisões como criar um grupo digital, a partir de habilidades e conhecimentos individuais, é possível através de trabalho, dedicação e mobilização online, chegar a um patamar enorme de influência na vida pública. O que indica que apesar de tantos pontos negativos, discurso de ódio, excesso de informação, desinformação e todo o lado negativo da participação online, a influência positiva se desenha de forma superior, perpassa o negativo, especialmente quando as necessidades assim impõem. Da mesma forma que foi exposto com os movimentos políticos do início da década de 2010, assumindo outra forma de ação e em diferente formato de atuação, os grupos digitais igualmente podem conseguir ações imperiosas.

Nesse sentido, segue também o *post* no Twitter da Rede Análise (Figura 20), que coloca os dois entrevistados na lista dos 10 principais influenciadores sobre Covid-19 no Twitter em 2021.

Figura 20

Post "Principais influenciadores sobre Covid-19 no Twitter em 2021" – Twitter Rede Análise



Nota. Fonte: Twitter Rede Análise.

A aproximação das redes sociais online com a área da saúde pública é algo necessário a ser realizado. Principalmente tendo em conta que até hoje o que tem se visto, é a ciência e suas produções, muito longe dos principais interessados, que é efetivamente, a população. Por isso, estar nas redes sociais online hoje é um imperativo para um debate público, especialmente nesta área. Vê-se que os media e os governos estão pautando-se com base em repercussão nos media sociais. Por isso, os cientistas na rede social online, se tornaram algo relevante para a nossa sociedade atual, que por sua vez, também possui governos cada vez mais eleitos também por este meio.

No próximo subcapítulo é colocado o quanto o perfil dos influenciadores e aqui entrevistados, passaram a ser seguidos por muitos decisores, políticos, partidos, jornalistas, jornais e pessoas influentes. Por isso, essa aproximação deve ser pensada e ampliada. Além disso, o que é publicado nesta situação, assume enorme responsabilidade. Neste sentido, o grupo Rede Análise também efetuou *posts*, desfazendo notícias falsas. O que é antes de mais, uma prestação de serviço social. A Figura 21 representa um *post* do tipo informacional, sendo assim já possível identificar que este tipo de postagem predomina nas publicações.

Figura 21

Post "Fact-Checking" - Rede Análise



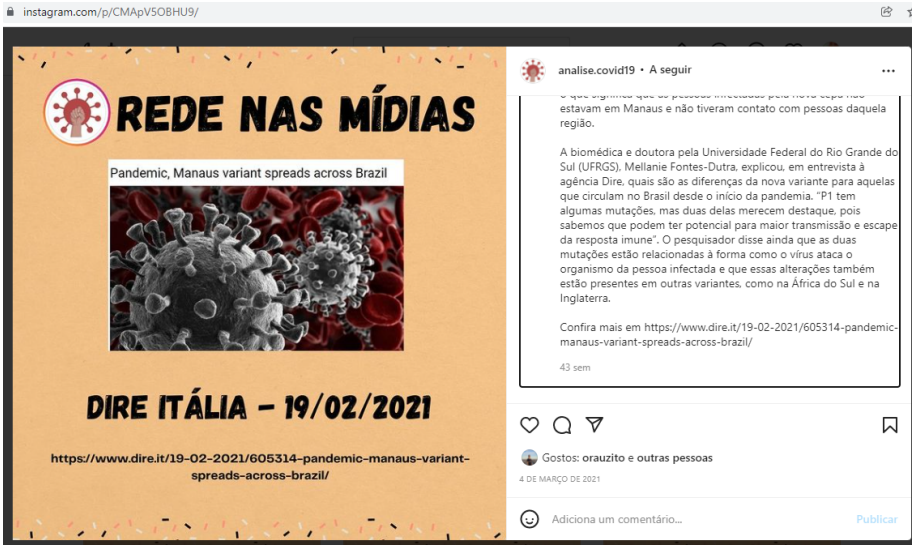
Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

No caso em questão, clarificam que é falso um estudo que concluía que a Ivermectina reduzia em 75% as infecções por Covid. Na descrição explicam que é apenas uma análise, que o estudo não tem revisão por pares e que foi rejeitado por revistas científicas. Informam que o Facebook, inclusive, marcou a publicação como falsa naquela rede social online. Revelando-se novamente, um trabalho explicativo para a população em geral, que necessita que alguém desempenhe este papel.

Da mesma forma a Figura 22, apresenta um outro tipo de informação desenvolvida pelo grupo. Desta vez, falando sobre a variante brasileira para a agência de notícias "Dire", da Itália. No caso, a entrevistada Mellanie Fontes-Dutra, explica as características desta variante para o meio de comunicação, na condição de especialista.

Figura 22

Post "Variante Brasileira" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

O próprio grupo Rede Análise, foi tema de reportagem pela mesma agência de notícias, justamente pela composição e pela ideia inicial de uma comunidade que não tinha proximidade com a comunicação direta com a sociedade e agora se posiciona e fala diretamente com a população. Na ocasião comentam que o principal motivo de aumento de interação (Figura 23) foi o combate às notícias falsas, em *post* institucional.

Figura 23

Post "Participação Internet" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise.

Já foi visto que a Internet possibilita a circulação de informação sem os filtros colocados pelos media em geral. Deste modo enfraquecendo a seleção e o agendamento tradicional (Cabo, 2008) e ao mesmo tempo viabilizando maior liberdade aos produtores de conteúdo, que podem expressar-se até mesmo com mais profundidade. Nesta situação acima apresentada, já existe um reconhecimento dessa potencialidade.

As audiências estão se tornando cada vez mais fragmentadas, e ansiosas por mais opções de consumo de media. Se não bastasse, o modo como as pessoas se relacionam com os meios de comunicação, tanto os tradicionais, como os de media digital e tecnologias mais recentes, está se modificando e ficando gradativamente mais multidimensional, atuando de mais maneiras na vida das pessoas. As novas tecnologias, por exemplo, fornecem às pessoas, um controle sobre o tipo de informação que querem receber, como, quando e de que maneira (Dahlgren, 2009).

O que vem ao encontro do próximo *post* destacado (Figura 24), que representa um *post* relacional e que é um convite para assistir uma palestra "Governos, Pandemia e Políticas Públicas", efetuada pela professora Dra. Luciana Santana, que faz parte do grupo digital, sendo também uma das pessoas que compõem a coordenação. A publicação indica para que a palestra seja vista em outra plataforma, que é o Youtube, caracterizando já uma

prática comum, de levar as pessoas a conhecerem as outras redes sociais digitais de uma organização.

Figura 24

Post "Divulgação Palestra" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

Ela, que é professora de Ciências Políticas, neste exemplo, trouxe em parceria com a universidade em que trabalha e convidados, uma discussão fundamental sobre as políticas públicas durante a pandemia e as ações concretas que se têm disso tudo. Evidenciando o agir político do seu lugar de ação.

Manuel Castells (2013, p. 547), disse que o poder é construído pela construção de sentido na mente humana, que por sua vez, são realizados por processos de comunicação nas redes sociais online, globais e locais e incluindo nisto, autocomunicação de massa.

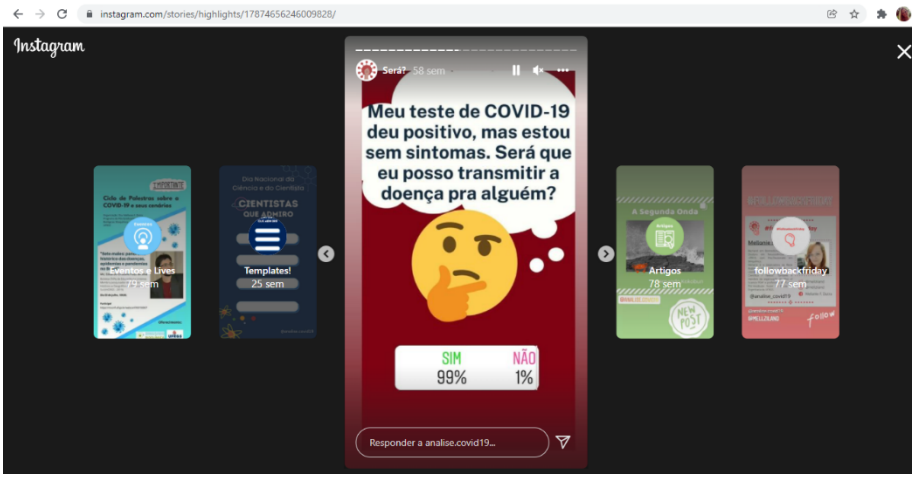
No fundo, entende Cabo (2008, p. 108), estamos diante de formas de resistência e de frente com um "patrimônio em comum da humanidade", é isto que precisa ser compreendido. A globalização reflete que estamos inseridos numa sociedade de risco, e que os sujeitos devem adotar uma postura de reflexividade, que deve estar na base de novos movimentos sociais, novas formas de exercer a cidadania e novas formas de democracia participativa. Os grupos digitais e as mobilizações online em geral e principalmente de saúde, devem compor essa revitalização. Ana Isabel Cabo (2008),

acrescenta que o Estado deve continuar sendo o responsável principal por este papel e deste modo, promover uma simbiose construtiva entre os dois modos de atuação (representativa e participativa).

Encerrando esta etapa do caminho, a última análise de conteúdo se dá com um *storie* no Instagram, que é do tipo relacional (Figura 25). Através deste recurso, o grupo consegue ter uma comunicação direta com as pessoas. Esclarecendo dúvidas, tais como a destacada "Meu teste de Covid-19 deu positivo, mas estou sem sintomas. Será que eu posso transmitir a doença para alguém?", e o grupo responde. Os dois entrevistados falaram sobre este ponto e percebeu-se que esse envolvimento com a comunidade, é um dos pontos motivadores a nível pessoal.

Figura 25

Storie "Esclarecendo Dúvidas" - Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Stories - Rede Análise.

A comunidade engloba todos estes *posts*, todas redes sociais online e todas as interações e apresentam um caso que é dinâmico, completo e inteligente. Todas essas atividades em comum, acabam por construir relações presentes em uma comunidade e isso lhes dá, organicidade (Gabriel & Kiso, 2020). Na própria comunidade digital é construído o espírito da mesma.

A regra atual impõe menos conteúdo e mais engajamento. Ou seja, é importante o estilo do conteúdo. Um novo participante que quiser se unir ou acompanhar a comunidade/grupo digital, uma das primeiras coisas que irá fazer é ler ou ver postagens. Se

elas estiverem em formato muito "duro", trazendo citações, textos extensos, será muito improvável que um novo participante interaja com a comunidade (Gabriel & Kiso, 2020).

A matemática é a do compartilhamento. Melhor dizendo, faça as contas do que possa ser "compartilhável" em uma rede pessoal de forma extensiva ou para uma rede inicial de 100 pessoas, pois a ideia do marketing de engajamento é que cada um dos seus contatos compartilhe com sua própria rede (que é considerada no mínimo como de 100 pessoas). De uma forma ou de outra, chega-se à mesma conta. Considere que se o texto postado for muito bom e a plataforma tiver um SEO[160] muito preciso que faça com que o Google rapidamente faça a indexação do texto, outra pessoa vai ter acesso ao texto, sem que o sujeito ou o grupo tenha feito qualquer esforço de divulgação. Por isso, a dedicação central de uma comunidade não necessita ser em mídia ou em conteúdo e sim em engajamento (Gabriel & Kiso, 2020).

Nesta seção, foram escolhidos diversos *posts* para análise (08 *posts* do Instagram), identificando que se sobressaem os *posts* informacionais, institucionais e relacionais (ver Apêndice I). O Instagram é aqui destacado, porque conforme o Relatório de Engajamento do Facebook e Instagram da MLabs (plataforma de gestão de media sociais), em 2021, o Instagram continua apresentando melhores Taxas de Engajamento, que são superiores às do Facebook em uma média quase quatro vezes maior. O que indica certamente, o uso preferencial desta rede social online por muitos grupos e marcas. Já a taxa de engajamento do Facebook está diminuindo na maioria dos segmentos. E ainda, deve-se considerar que os perfis com até 10 mil seguidores, possuem uma performance melhor no Feed, tanto no Instagram, como no Facebook.

O próprio Instagram divulgou o seu primeiro *Trend Report* (Relatório de Tendências, tradução livre), que é um documento que serve como guia de previsões para o que deve ser tendência no ano nas redes sociais online. Deste relatório, destacam-se duas informações. A primeira diz respeito aos media, no que tange a influência, 04 em cada 05 jovens acreditam que os influenciadores em redes sociais online, têm mais influência do que as celebridades tradicionais, como por exemplo, os atores. Isso revela uma grande mudança na comunicação, especialmente porque o número indicado é expressivo. O

[160] O *Search Engine Optimization* – SEO, é o conjunto de técnicas que um profissional de marketing pode executar. Tenciona alcançar os melhores resultados para o seu site ou artigo nos mecanismos de busca, como o Google.

segundo destaque, vai para a questão de comunidade, que para ter impacto, não é a popularidade que dita as regras, é preciso cultivar relacionamento e trazer um conteúdo alinhado aos interesses do público. Neste quesito, finalizando este subcapítulo, a Rede Análise conseguiu estar dentro destes critérios.

6.4 Retrato netnográfico e análise de Redes Sociais Online

Este subcapítulo é dedicado a uma análise de redes, a partir do NodeXL. O funcionamento básico do software já foi explicado no item 5.4.2. Para criar um novo projeto/gráfico é necessário seguir o seguinte caminho: abrir o ficheiro NodeXLGraph, importar os dados (da rede social online escolhida ou de algum ficheiro em outro formato). Neste momento, entre as redes sociais online mais conhecidas popularmente, só permite puxar dados do Twitter, já que o Facebook limitou o acesso aos dados. Após selecionada a forma de entrada de dados, neste caso, o Twitter (e também o Youtube), foi limitada a análise do software para 3.000 *tweets*. Feito isto, abre um ficheiro com todas interações e que pode ser analisado de várias maneiras, através de várias colunas e linhas de dados. Ao mostrar o gráfico, através do botão "*Vertex shape*" é possível incluir a imagem do perfil de cada nó e é necessário arrumar o "*Scale*" para ajustar de acordo com preferência do usuário. Também é possível alterar cores e formas, incluir sub-gráficos,[161] fazer a análise por *clusters*[162] e outras opções.

A análise de redes sociais online tem como base a teoria dos grafos, que em suma, são cálculos estatísticos que evidenciam as conexões da rede. Usualmente chamadas de métricas, as principais normalmente levadas em consideração são, de forma resumida:

- Grau: é definido pela quantidade de arestas conectadas ao nó diretamente. Deste modo, ajuda a verificar qual a relevância do nó para o contexto geral da rede.

---

[161] Subgráficos são nós contendo um gráfico integrado.

[162] *Cluster* é uma palavra inglesa que significa "aglomerar" ou também pode ser entendido como "grupo" e pode ser aplicado em diferentes contextos. É uma técnica usada para classificar elementos dentro de um mesmo cluster que sejam muito parecidos e elementos em diferentes clusters que são distintos entre si. No marketing, é usado como uma estratégia, com a finalidade de segmentar o público-alvo em grupos com características em comum e, deste modo, aperfeiçoar os resultados da empresa.

- *Eigenvector Centrality*:[163] é definido pela medida que revela a importância de um nó com base nas suas conexões.

- *Betweeness*:[164] é definido pelos nós que unem os pontos mais distantes da rede.

Outros fatores considerados neste tipo de análise são:

- a autoridade, demonstra os perfis que são centrais na difusão de informação na rede;

- a popularidade, reflete o alcance de determinado perfil e, logo, o número de seguidores que este perfil possui;

- a articulação na rede, mostra quais perfis são a ponte entre diferentes grupos, com mais capacidade de transmitir suas mensagens.

O modo de apresentação e *layout* dos grafos, será o algoritmo de Fruchterman-Reingold. É esteticamente agradável, intuitivo, simples e traz bons resultados, evidenciando bem os nós e arestas. Não exigindo nenhum conhecimento específico para a interpretação.

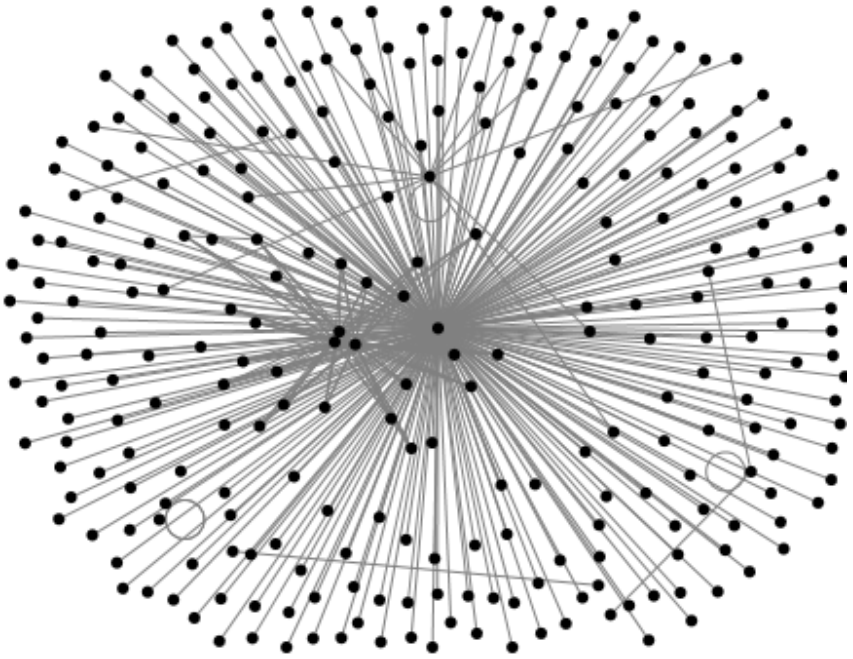
Como mencionado, o Twitter foi a rede social online escolhida para esta seção da investigação, por ter maior interação e também por ter sido apontada como principal rede social online pelos membros do grupo. Como suporte, também foi feita breve análise do Youtube, trazendo deste modo, uma visão completa sobre toda plataforma digital do grupo estudado. Para iniciar, foi decidido mapear as conversações online no Twitter, apresentando-as nos dois gráficos a seguir. No primeiro, é possível visualizar os pontos, sendo o ponto de partida e com maior relevância localizado no centro. Percebe-se que outros pontos a partir do ponto inicial, também se tornam pontos-chave na conversação e distribuição das mensagens.

[163] Centralidade de autovetores, tradução livre.

[164] Intermediação, tradução livre.

Figura 26

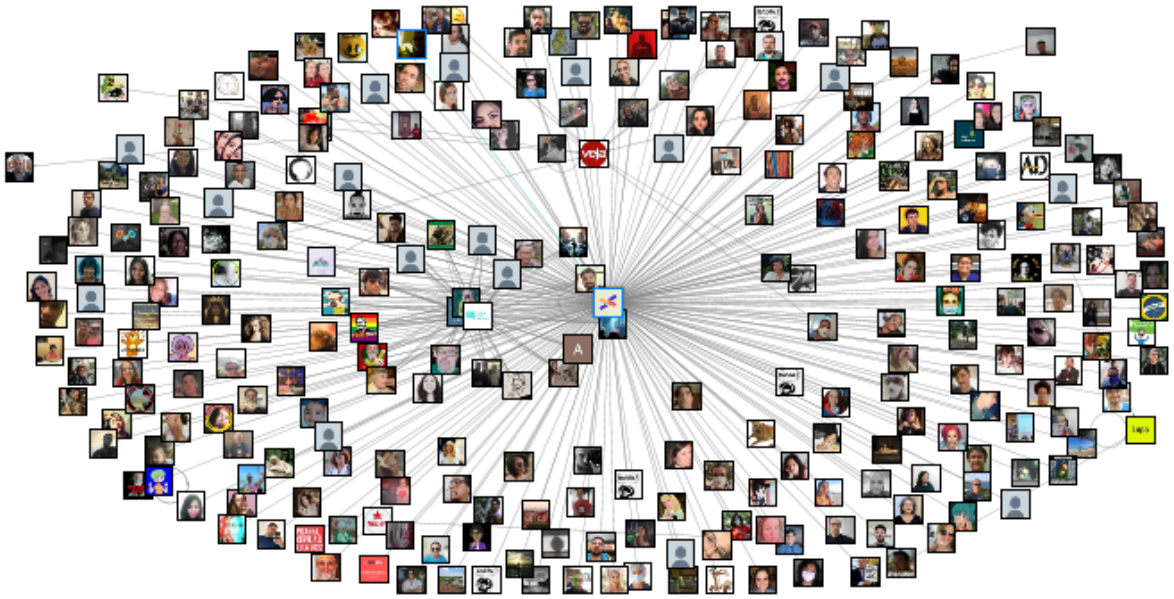
Pontos mapeados a partir de conversações no Twitter



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

Figura 27

Rede mapeada a partir de conversações no Twitter



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

O gráfico representado pela Figura 27 é igual ao dos pontos, refletido na Figura 26, contudo exibe quais são os perfis correspondentes, através das imagens. Evidentemente, ao centro está o perfil do Twitter da Rede Análise e ao redor todo o mapa da conversação sobre o Rede Análise. O mapa se deu com base na própria rede e não em nenhuma *hashtag* específica. Deste modo, a conversação com contribuições que mencionavam o nome da rede, foram adotadas como participação. Esse recorte proporciona que se observe a conversação como uma rede, tendo em consideração que todos os atores que publicaram ou compartilharam algo, tornavam automaticamente seus *tweets* visíveis àqueles que estivessem acompanhando aquele perfil, criando um mapa intermediação e *retweets* da rede. Conforme Raquel Recuero (2012) os atores mais citados, são aqueles que receberam e enviaram um maior número de mensagens, estes estão localizados mais ao centro do gráfico, enquanto os atores mais periféricos são aqueles que participaram menos da conversação (Recuero, 2012).

Os nós maiores, ou seja, aquelas mais conectados, são os que tinham mais chance de serem visíveis, por serem mais representativos em números de seguidores. Desta maneira, estes nós possuem sempre mais centralidade na rede e possuem um maior número de conexões (Recuero, 2014). Já a influência é percebida como a capacidade de gerar *tweets* e gerar menções e citações em nome do Rede Análise. A estrutura do grafo revela um capital social[165] obtido pelas contribuições de todos atores da rede (Recuero, 2014).

Ao mapear a centralidade do Grau (*Degree*), o *indegree* diz respeito à centralidade ao prestígio e a expansividade da rede, e neste gráfico, vê-se alguns elementos relevantes, de modo especial relativamente à desigualdade que existe. Por exemplo, o perfil do Isaac Schrarstzhaupt, encontra-se distante do centro, bem ao lado esquerdo do gráfico. Isto pode acontecer, por um perfil possuir mais seguidores e consequentemente seus *tweets* são mais

---

[165] O primeiro conceito que trabalharemos é o de Putnam (2000, p. 19), que explicita que o capital social "refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela". Para Putnam, o conceito de capital social é intimamente associado à ideia de virtude cívica, de moralidade e de seu fortalecimento através de relações recíprocas. Essa ideia engloba dois aspectos essenciais para a construção do valor social: o individual e o coletivo. O aspecto individual vem dos interesses dos indivíduos em fazer parte de uma rede social para seu próprio benefício. O aspecto coletivo vem do facto de que o capital social individual reflete-se amplamente na esfera coletiva do grupo, sejam eles como custos ou benefícios. É daí que vem a dupla natureza do conceito, que pode englobar tanto bens privados como coletivos (Recuero, 2014, p. 45).

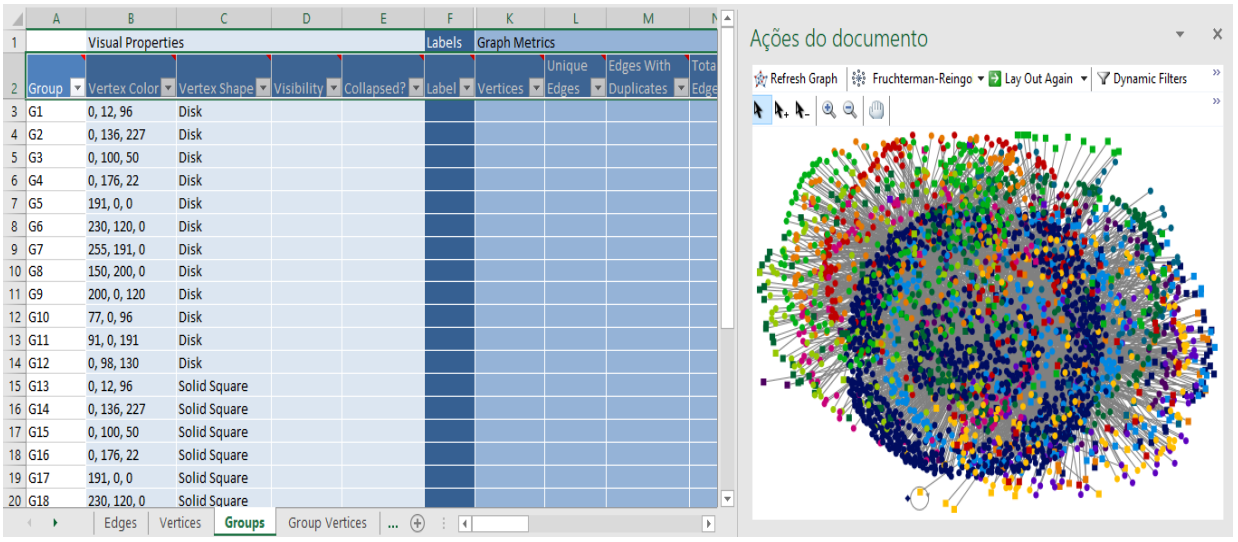
Putnam vê o capital social como elemento fundamental para a constituição e o desenvolvimento das comunidades (Recuero, 2014, p. 46).

vistos, também pode ocorrer, porque os atores são mais populares, possuem mais reputação, ou são mais engajados na conversação, direcionando um número de mensagens considerável para outros atores, o que, por sua vez, é conhecido como *outdegree*, que é o interesse nas atividades da rede (Recuero, 2012).

Na Figura a seguir (28), também como já foi referido acima, foram mapeadas as interações por clusters no Youtube, com o intuito de ter uma base e conhecimento de como se disseminou a informação nesta rede digital.

Figura 28

Clusters mapeados a partir de interações no Youtube



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

Neste gráfico, cada cor representa um *cluster*, ou seja, um grupo, que se une por tipo de conteúdo e da mesma maneira um grupo se distingue do outro, pela mesma razão. Neste caso a análise se dá com base nos comentários dos vídeos. Podemos identificar um cluster predominante em cor azul escura, um segundo cluster em azul claro, outro em verde claro, outro em verde bandeira, em verde escuro, em vermelho, em laranja, rosa, amarelo e roxo, somando 10 *clusters*. Estes agrupamentos podem significar comunidades específicas, ou linhas de interesse e ideologias distintas. Nesta perspetiva, Raquel Recuero (2014) expõe:

> Mas será que tais agrupamentos poderiam gerar comunidades? Apesar de inicialmente pensarmos em uma resposta negativa para esta questão, é inegável que tais agrupamentos possuem *interação social* (tanto mútua quanto reativa). Afinal, o ato de associar-se a um grupo de *fotologs*,[166] por exemplo, exige *interação social reativa* e gera um *laço associativo*. Além disso, tal filiação dá acesso a um determinado capital social, seja através do conhecimento dos demais membros da comunidade, seja através da leitura das discussões anteriores entre outros atores, que constitui parte do valor do grupo e da própria estrutura social. Tal posição implica, também, certa contraprestação ao grupo, pois o facto de o ator fazer parte do grupo é de conhecimento geral, e, em seu perfil, o grupo pode ser encontrado. Ainda assim, embora a interação social mútua seja pequena, ela existe. Por fim, tais grupos representam um agrupamento de nós (agentes) em torno de um interesse comum (identificação) através de conexões que podem ser laços associativos e deles decorrer laços dialógicos através da interação, da colocação da informação e, mesmo, de comentários (p. 153).

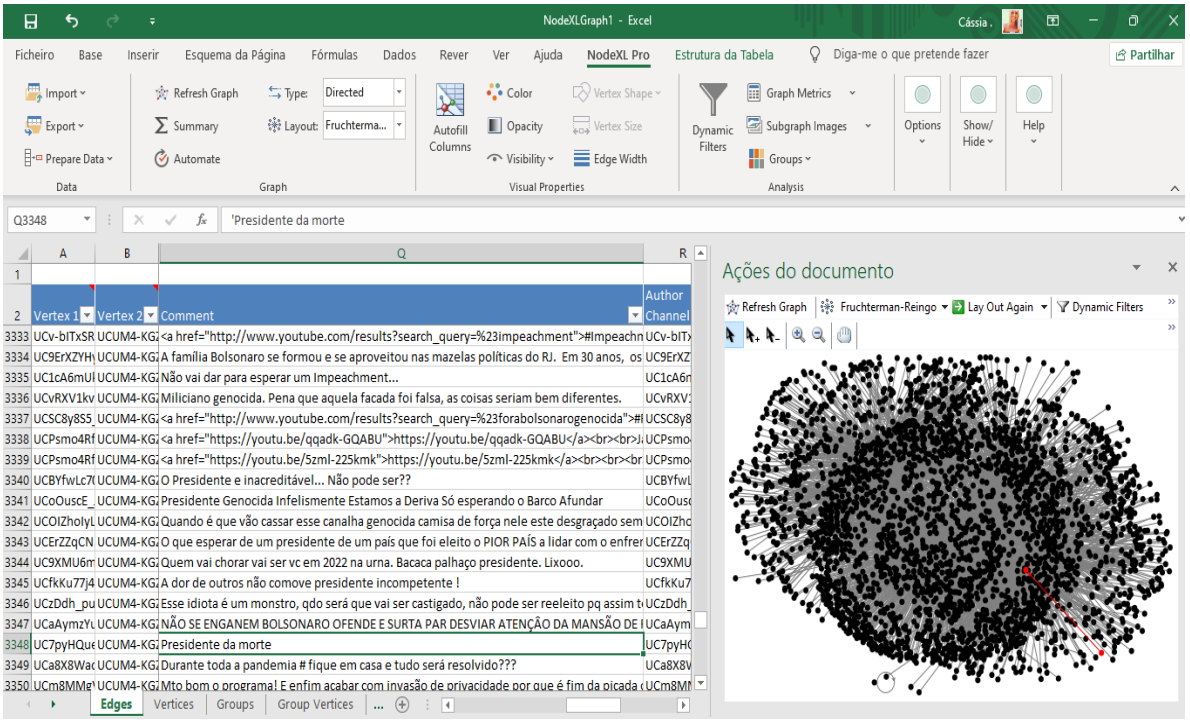
Tendo isto em mente, foi decidido verificar os comentários para compreender essas associações e laços. Não surpreendentemente, uma quantidade significativa de comentários com fortes expressões, com ódio e indignação foram rapidamente visualizados. Alguns comentários expostos como "A dor de outros não comove presidente genocida", se conecta dialogicamente com outros comentários, como o que aparece selecionado no gráfico abaixo (Figura 29) "Presidente da morte". Outros comentários indicam uma ideologia diferente, provavelmente oposta, ao dizer: "Durante toda a pandemia #fiqueemcasa e tudo será resolvido?" O que pode não indicar um apoio direto ao presidente, mas indica uma preocupação maior com uma não exigência de quarentena e preferência por estar trabalhando e/ou seguindo a vida, podendo estar ligada a uma preocupação com a economia. Os dois primeiros comentários se agrupam, junto com a maior quantidade de comentários, com a cor mais destacada no grafo de *clusters* (Figura 28), representado pela cor azul escura. O outro comentário se associa com outros em menor número e será representado por alguma outra cor que apareça com menor ocorrência. No gráfico refletido

[166] Fotolog foi um site de fotografias que não existe mais, perdeu espaço para outras redes como o Facebook.

na Figura 29, também está destacado em vermelho, o ponto e aresta do comentário selecionado, comparando as imagens, confirma-se que pertence ao *cluster* azul escuro. Dessa maneira, identifica-se que o principal *cluster* relacionado com a Rede Análise no Youtube, é aquele se une pelos comentários negativos contra o governo atual.

Figura 29

Comentários destacados Youtube



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

Uma última nota em relação a este grafo é que um dos comentários lembra que o país (Brasil) chegou a ser eleito o pior no enfrentamento do novo coronavírus, comentário de número 3.343. Ainda, recordar que estes grafos foram feitos com base em todos os comentários ao colocar no NodeXl, a seleção de rede para o Youtube e a palavra de pesquisa "Rede Análise". Existe nas redes sociais - e também no Youtube - a opção de desativar os comentários, desse modo não propagando comentários odiosos e ligados a questões político partidárias. Em verdade, ao reagir assim à "indisciplina", há o intuito de fazer com que os indivíduos sintam a responsabilidade de serem civilizados e não permitir

assim, qualquer tipo de *cyberbullying*.[167] Envolvendo deste modo, uma questão filosófica mais profunda, que nos permite examinar como podemos – ou até mesmo devemos – assumir a responsabilidade pelo que colocamos no mundo, pelas nossas contribuições para o mundo.

No próximo passo, devido à relevância observada nos perfis pessoais do Twitter dos entrevistados, também estes foram objeto de análise. E percebeu-se que com frequência jornais e agências de notícias estão sendo pautados pelo que está sendo dito nesses perfis do Twitter. Notoriamente os entrevistados mostraram falar de assuntos que são relevantes dentro do contexto e isto tem acarretado em consequência públicas grandes.

Figura 30

Twitter pessoal coordenador Rede Análise - 01



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

O gráfico simbolizado na Figura 30, mostra as interações no perfil do Twitter da entrevistada Mellanie Fontes-Dutra, observa-se nós com grande influência social, em que cabe destacar os perfis do Jornal Nacional, Globo News, partidos políticos como MDB

[167] É o bullying que ocorre por meio de ambientes virtuais, especialmente os interativos como as redes sociais online, utilizando práticas de intimidação, humilhação, exposição vexatória e calúnia, por exemplo.

(Movimento Democrático Brasileiro), Prefeitura de São Paulo, *Our world in data*. Lembrando que os mesmos são visualizados pelas imagens de perfil de cada rede individual.

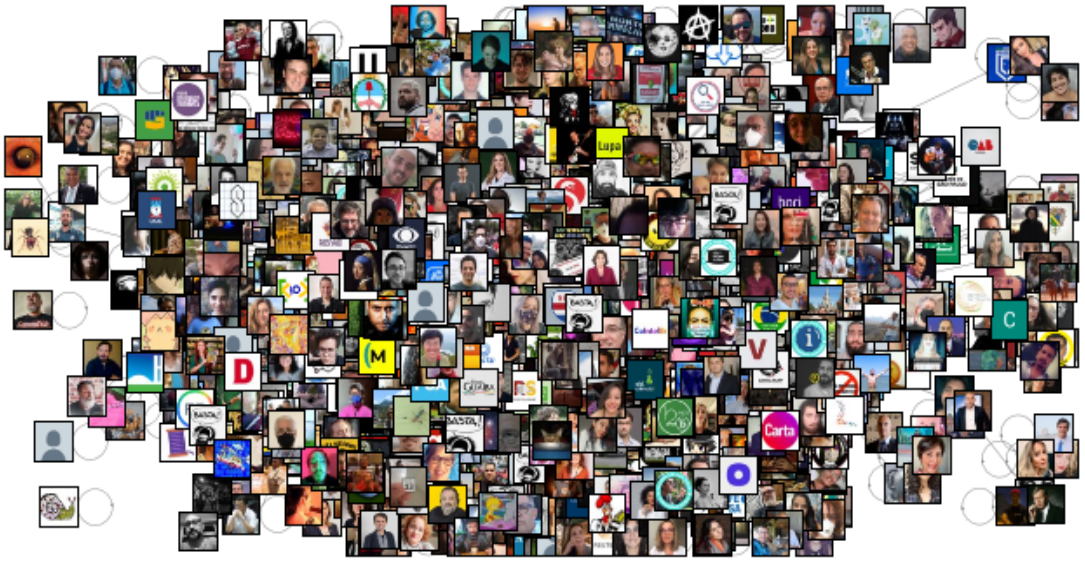
Isso revela que, neste caso, os veículos jornalísticos tiveram um papel privilegiado na conversação da rede pessoal, pode ser pela visibilidade ou pela própria legitimação de acontecimentos. Cada vez que sai um *tweet* por parte da autora, vários outros *tweets* foram repassados, discutidos, celebrados, lamentados e deram continuidade a conversa (Recuero, 2012).

Na rede mapeada, constata-se que os veículos jornalísticos são aqueles que estão com destaque em termos de citações, comparados com "nós" menores. Ou seja, as informações publicadas pelos media, foram mais repassadas e comentadas no *corpus* coletado. Importante salientar, que a maioria daqueles que repassaram as informações não seguiam o perfil daquele veículo jornalístico, provavelmente a informação foi perpassada com vista no *tweet* disparado pela autora. A importância e centralidade dos veículos de comunicação no caso apresentado, representam que a notícia é confirmada e passa a ser retuitada e mencionada pelos demais atores, aumentando por consequência a rede pessoal da autora original (Recuero, 2012).

A mesma situação verificou-se com o perfil do entrevistado Isaac Schrarstzhaupt, conforme observado através do gráfico apresentado na Figura 31.

Figura 31

Twitter pessoal coordenador Rede Análise - 02



Nota. Fonte: Criado com NodeXL (nodexl.com)

É possível verificar que segue um padrão similar ao do grafo anteriormente analisado, nomeadamente com o agendamento dos media, através de vários perfis: Carta Capital, RBS TV, Rádio Guaíba, diversos jornais locais como Diário SM, News Matinal, jornalista Rosane de Oliveira, a agência Lupa que atua em *fact-ckecking*.[168] No campo político, o Prefeito da capital do Estado do Rio Grande do Sul (cidade de Porto Alegre), Sebastião Melo. Prestadores de serviço em saúde, como Unimed. Perfil do Butantan, responsável pela fabricação de vacinas. Universidades como UniCamp. Outros cientistas, como o perfil OláCiência e o governador do Estado do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, aparecem no mapa da rede do Twitter. Tendo este assunto sido abordado, é possível dar seguimento às consequências sociais na esfera pública alcançadas pelo grupo Rede Análise.

[168] Checagem dos factos, tradução livre.

6.5 Inferências do grupo digital Rede Análise

6.5.1 Inserção na Esfera Pública – Medias

Como referimos atrás, os movimentos sociais e grupos digitais de cidadãos, possuem um papel que precisa ser considerado na prossecução de novas formas de politização. Para tal, os movimentos e grupos precisam conquistar um lugar no agendamento dos media e daquilo que os media entendem como problema da sociedade, para que assim, se assegure essa revitalização, ancorada na democracia participativa (Cabo, 2008).

A diferença entre um leigo e um jornalista profissional, conforme Ferraneto & Morgado, no livro "Covid-19 e comunicação, um guia prático para enfrentar a crise", está em que o jornalista atua como um curador de conteúdo, mediando e fomentando a interlocução dos indivíduos e certificando os acontecimentos. Além do mais e principalmente, sendo um profissional, é obrigado a seguir procedimentos técnicos e éticos.

Durante a pandemia, alguns perfis conseguiram perpassar a bolha da comunidade científica e levaram conteúdo para veículos de comunicação variados, rádio, televisão, jornais, agências de notícias e etc. A Rede Análise e seus membros fizeram parte disto. Conforme os dois entrevistados mencionaram nas entrevistas, eles afirmaram terem colaborado bastante com os media, fazendo com que a esfera pública se ampliasse em relação à temática. Por conseguinte, destacamos cinco notícias da Rede Análise, que evidenciam a repercussão do trabalho desta comunidade científica, no Jornal "El País", no Estadão, Revista Exame, no Jornal "O Globo", na BBC (Figuras 32, 33, 34, 35 e 36). Todos meios de comunicação com muita audiência e relevância no país do estudo de caso.

Figura 32

Repercussão midiática – Rede Análise – Jornal "El País"



Nota. Fonte: Jornal "El País", 28 de maio de 2021

Figura 33

Repercussão midiática – Rede Análise – Jornal "Estadão"



Nota. Fonte: Jornal "O Estadão", 18/03/2021

Figura 34

Repercussão midiática – Rede Análise – Revista "Exame"



Ciência

Divulgadores científicos lutam contra desinformação 1 ano após pandemia

No Twitter, especialistas de diversas áreas se unem para informar a população sobre o coronavírus no Brasil; conheça alguns

Por **Laura Pancini**

17 mar 2021, 19h23 - Publicado em 17 mar 2021, 10h12

Um ano após a chegada da **pandemia do coronavírus** no **Brasil**, **divulgadores científicos** continuam usando o **Twitter** e outras redes sociais para comentar artigos científicos e falar sobre os atrasos e avanços do combate à doença. De forma voluntária, eles trabalham diariamente para informar a população da maneira mais acessível e objetiva possível.

- **Como fica a bolsa com o avanço da vacinação? Veja agora a análise das melhores empresas para investir hoje.**

Mesmo divididos em uma variedade de áreas e grupos, a comunidade de divulgadores de informações sobre a covid-19 é unida, porque o

exame.com

Nota. Fonte: Exame, 17/03/2021.

Figura 35

Repercussão midiática – Rede Análise – Jornal "O Globo"



O GLOBO SAÚDE

'Sem restrições de mobilidade, podemos chegar a 4 mil mortes diárias', estima coordenador da Rede Análise Covid-19

Segundo cientista de dados Isaac Schrarstzhaupt, doença só será contida se circulação cair a menos da metade de antes da pandemia

Raphaela Ramos

Nota. Fonte: Jornal "O Globo", 19/03/2021

Figura 36

Repercussão midiática – Rede Análise – Jornal "BBC"



Nota. Fonte: BBC Brasil, 18 de abril de 2021.

As reportagens foram selecionadas com base em melhores resultados nos mecanismos de busca e por serem de veículos de comunicação com grande reconhecimento público. Não é de interesse desta pesquisa quantificar as reportagens que saíram sobre o Rede Análise ou sobre os membros do grupo, a intenção é observar e verificar concisamente como foi a abordagem referente ao grupo e a Covid-19.

A primeira observação pertinente neste quesito é a reafirmação dos media como construtores da realidade social, dentro de uma configuração de um espaço público de articulação, construção e transformação de ideias (Traquina, 2010). Fornecendo representações do mundo através de descrições, imagens e interações. Uma temática ou um acontecimento só se torna inteligível, através de um processo social, que é composto de práticas jornalísticas que entendem a sociedade como ela é e o que ela necessita saber.

O processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual. Os mapas de significados incorporam e refletem os valores comuns, formam a base do conhecimento cultural e são mobilizados no processo de escolha e de como interpretar para a população esta mesma escolha. Neste contexto, os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícias, numa palavra, ter noticiabilidade. Aqui, o

valor-notícia exerce seus critérios e desempenha um importante papel na mediação jornalística (Traquina, 2005).

Ao efetuar uma análise às cinco reportagens jornalísticas observadas, verifica-se que todas estão utilizando o recurso de entrevista a uma ou mais fontes especializadas. Todas possuem pontos de consenso. As notícias são todas voltadas à problemática "Covid". O "El País" mencionou a pesquisa citada na primeira entrevista, destacou as redes sociais e o grupo. Tornando o grupo ao mesmo tempo fonte e parte da própria notícia. O "Estadão" destacou a entrevista com a coordenadora da Rede Análise. O "Globo" alertou já na manchete os riscos de não serem tomadas medidas preventivas e o que isto poderia ocasionar. A "BBC" evidenciou a subida no número de casos positivos, especificando o acontecimento dentro de uma problemática maior. E a Revista "Exame" noticiou também a atividade do próprio grupo.

Nas cinco reportagens em questão, as fontes oficiais, representadas pelos membros do grupo, são predominantes no processo de produção de notícias. A partir da teoria estruturalista admite-se que o jornalista siga uma estrutura de poder e interesse da própria sociedade que vai refletir também no jornalismo através dos definidores primários da notícia. Neste contexto, os jornalistas não têm muita opção de definição, reconhecendo-se aqui uma "autonomia relativa" dos jornalistas em relação, por exemplo, a um controle econômico direto. Os *media* não são frequentemente os definidores primários de acontecimentos noticiosos, mas a sua relação estrutural com o poder tem o efeito de fazê-los representar não um papel crucial, mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, como que de direito, aos *media*. É nesta relação estrutural entre os meios de comunicação e as suas fontes que se começa a esclarecer a questão negligenciada do papel ideológico dos meios de comunicação (Traquina, 2005).

Durante a pandemia, até os veículos de informação tornaram-se foco da confusão propiciada pela polarização político-partidária. Ficou latente a falta de uma literacia também mediática. A população em geral, não consegue distinguir uma coluna de opinião com a posição do jornalista, do jornalismo e das empresas jornalísticas. A falta da necessidade do diploma para atuar no jornalismo, talvez possa ser um dos fatores que explique até mesmo a falta de conhecimento por muitos profissionais que estão dentro dos meios de comunicação e não entendem ou não querem entender o seu importante papel na profusão de informação de qualidade e correta. Especialmente no que tange ao jornalismo local das cidades, evidenciam-se situações complicadas. Já que a influência de um

jornalista local, que normalmente já é fonte de informação respeitada pelas pessoas e que se posicionou durante a Covid-19 com opiniões que podem ser consideradas até mesmo sem sentido, é algo grave para a população daquele local. De modo especial, se pensar que estes jornalistas locais atuam como líderes de opinião e possuem muito mais poder de persuasão perante os moradores. Por isso, é fundamental que estas grandes empresas jornalísticas façam algum contraponto. Embora, é evidente que as grandes empresas também têm seus próprios posicionamentos e formas distintas de se comunicar. Contudo, não podem noticiar uma mentira, porque isso acarretaria em muitas consequências (de reputação, por exemplo), e inclusive financeiras para a empresa por trás daquele meio.

Seguindo a teoria interacionista observamos essencialmente a predominância dos 'definidores primários' na definição da notícia, mas, ao contrário da teoria estruturalista, deve-se também atentar para o papel ativo dos jornalistas na construção da notícia. Outra característica apontada por Traquina (2005) é o facto de que o ritmo do trabalho jornalístico, o valor do imediatismo e a definição do jornalismo como relatos sobre acontecimentos atuais tem como consequência uma ênfase nos acontecimentos e não nas problemáticas. Por exemplo, o aumento de casos de Covid-19 ou a possível quantidade de mortes, enquadram-se assim como acontecimentos dentro de uma problemática maior.

Já as rotinas de trabalho constituem fator determinante na produção jornalística. Da tensão constante entre caos e ordem, incerteza e rotina, liberdade e controle inerentes ao trabalho jornalístico, emerge certo padrão que reflete as necessidades usuais da profissão: o tempo, as convenções, a rotina, o respeito a normas externas, a promoção das fontes, os critérios narrativos, etc. Admite-se a possibilidade de outros agentes sociais conseguirem mobilizar o campo jornalístico para os seus objetivos comunicacionais mesmo que se reconheça, via o acesso direto, o poder dos jornalistas na definição do que é notícia e de como se dará a construção social da realidade. O jornalismo pode ser uma força conservadora, mas pode, da mesma forma, constituir um recurso para os agentes sociais que contestam o *status quo* e os valores dominantes (Traquina, 2005).

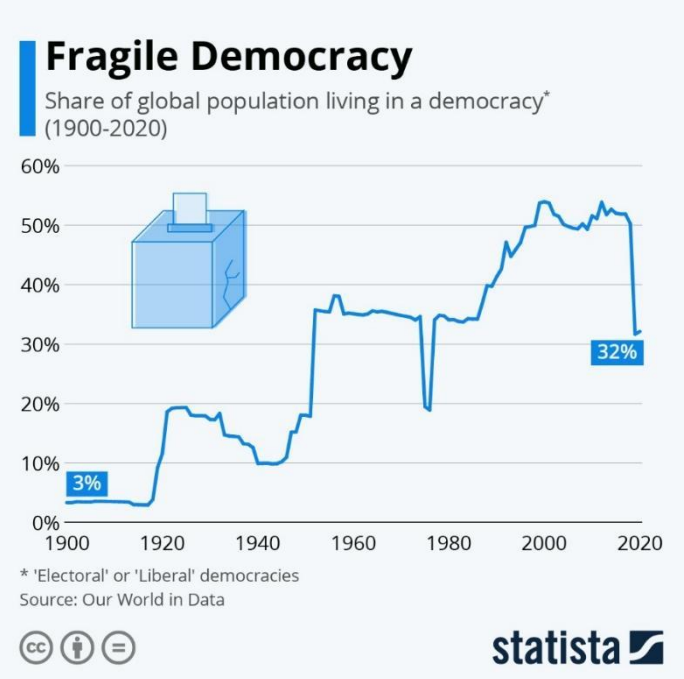
6.5.2 Inserção na Esfera Pública – Política

A democracia é um sistema político que possibilita a participação dos cidadãos no processo de tomar decisões políticas (Giddens & Sutton, 2017), de modo direto através das eleições, ou de modo indireto através de mobilizações, grupos de cidadãos que façam suas reivindicações chegarem à esfera pública e por sua vez, ao poder público, para que sejam efetuadas medidas específicas ou inseridas políticas públicas que englobarão um contingente maior de pessoas.

A democracia representativa é um método de o governo atuar pelo povo e por isto essa passou a ser a forma dominante de representação política no mundo. Embora como é possível observar no gráfico abaixo (Figura 37), nos últimos anos a democracia que parecia ser tão soberana e até mesmo um modelo ideal e óbvio a ser seguido, tem se mostrado muito frágil, especialmente com a ascensão dos governos de extrema direita no mundo.

Figura 37

Democracia frágil



Nota. Fonte: Statista.com

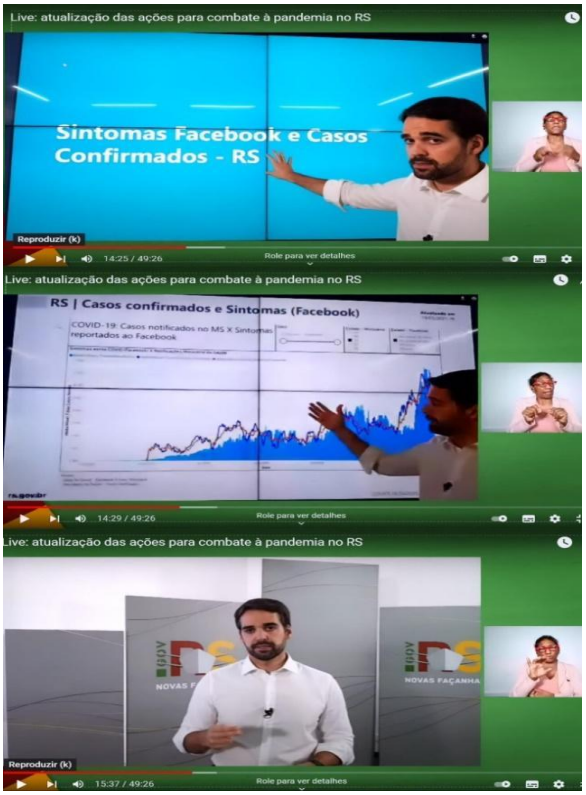
No gráfico, vê-se que a democracia vinha crescendo nos últimos quarenta anos, apresentando uma instabilidade nos anos recentes, até que em 2020 teve uma queda abrupta de 32%. Isto, em certa medida, traz ainda mais relevância aos usos e as potencialidades democráticas dos *social media*, já que podem vir a ser cada vez mais importantes a níveis sociais.

Por via de regra, compreende-se que a democracia é o sistema político que é mais capaz de garantir a igualdade política, defender os direitos e as liberdades, os interesses em comum, cuidar das necessidades dos cidadãos e viabilizar decisões que considerem a todos. As decisões que afetam uma comunidade não são tomadas pelas pessoas da comunidade, mas sim pelas pessoas eleitas por eles (Giddens & Sutton, 2017).

Estas decisões, contudo, cada vez mais são tomadas ouvindo o que é dito por vozes em redes sociais online. Conforme foi constatado na conta individual do Twitter dos dois entrevistados, muitos políticos e partidos integravam o mapa de conversação. O que pode indicar que consultavam tanto aos entrevistados, como outras fontes com credibilidade no assunto para tomarem as suas decisões, referente a pandemia. Os próprios entrevistados responderam que foram sim procurados por políticos para auxiliarem como vozes técnicas e ativas nas atitudes a serem tomadas pelos seus governos. Exemplificar-se-á aqui com o caso citado pelo entrevistado Isaac Schrarstzaupht, sobre o governador do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. Em uma *live* no Canal do Governo do Estado, em março de 2021 e intitulada "Atualização das ações para combate à pandemia no RS", o governante fez a utilização das informações e do gráfico criado e publicado pela Rede Análise. A *live* era somente sobre a pandemia e houve a compilação também de outras fontes de dados. Este é um exemplo concreto e específico da inserção na esfera pública, no que concerne à política. A partir de todos estes dados, decisões em vários níveis foram estabelecidas, entre elas fechar ou não as escolas, restrição ou não de eventos e outras medidas obrigatórias por imposição do Estado - que tem autonomia na gestão da pandemia, não dependendo do governo do país. Na Figura 38, vê-se a *live* mencionada e na Figura 39, o estudo utilizado em si.

Figura 38

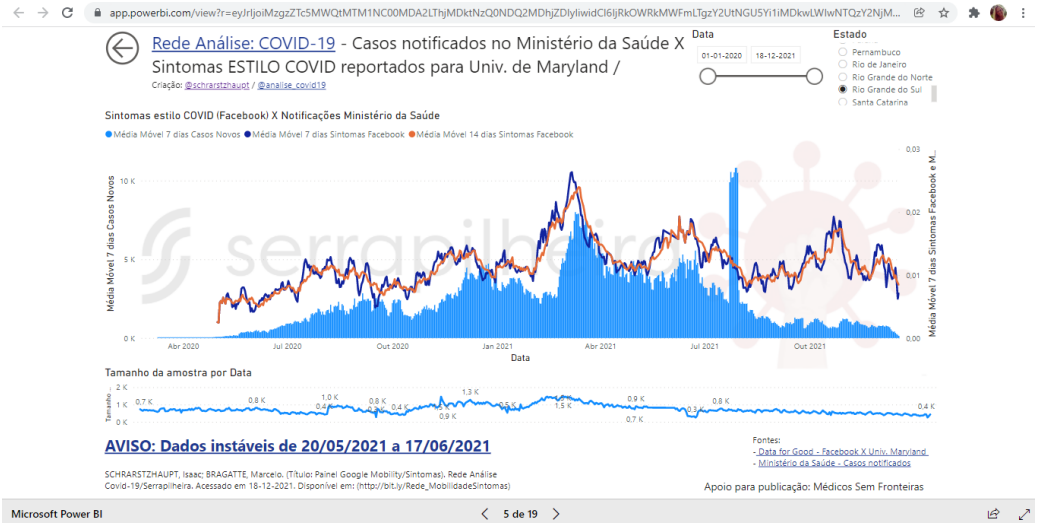
Utilização informação Rede Análise por governante



Nota. Fonte: Youtube. Página Oficial do Governo do Estado do Rio Grande do Sul

Figura 39

Gráfico Rede Análise utilizado por governante



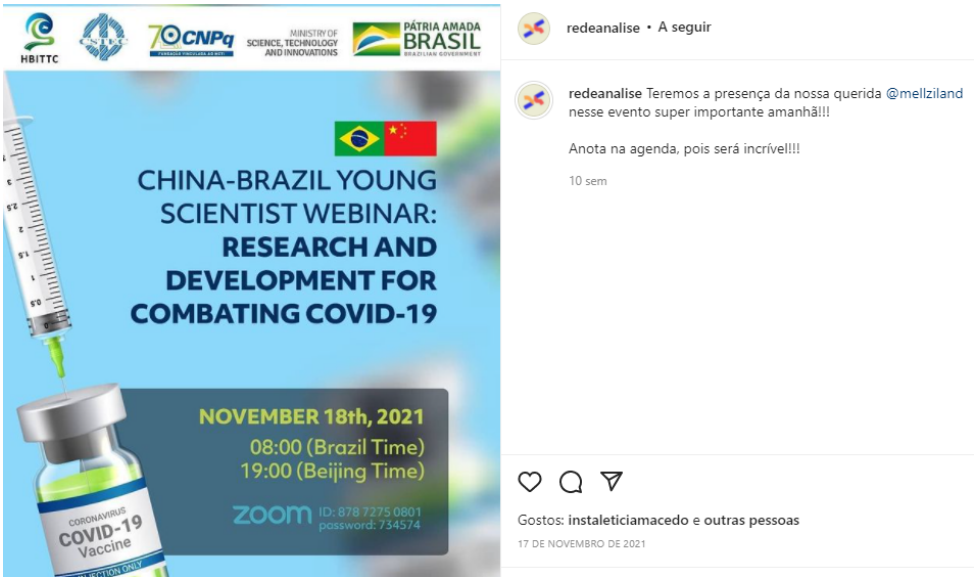
Nota. Fonte: Site Rede Análise

O gráfico tem base no estudo mencionado anteriormente da Universidade de Maryland e dos Sintomas no Facebook. Os membros da Rede Análise (Isaac Schrarstzaupt e Marcelo Bragatte) aplicaram este modelo para os Estados brasileiros. Neste gráfico está focado o Estado do Rio Grande do Sul, com data desde o início da pandemia até 18 de dezembro de 2021, correspondente a última semana de registro de dados antes do ataque *hacker* aos dados oficiais do Ministério da Saúde brasileiro, no dia 10 de dezembro de 2021. O gráfico mostra que, em linhas gerais, estão muito correlacionados os dados do Facebook e o número real de casos.

Outro exemplo de inserção vinculada à política, embora seja um evento científico, é o que foi mencionado pela entrevistada Mellanie Fontes-Dutra. Um evento entre China e Brasil, realizado dentro de um programa de cooperação entre estes dois países e outros órgãos, nomeadamente o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), o Centro de Intercâmbio Científico e Tecnológico da China (CSTEC) e o Hubei Centro Internacional de Intercâmbio de Ciência e Tecnologia (HBITTC). O nome da conferência foi "Jovem Cientista China-Brasil: Pesquisa e Desenvolvimento para o Combate ao COVID-19" e abordou os desafios no contexto da pandemia (Figura 40). Entre as temáticas estavam as variantes, vacina, sequenciamento genômico, medicamentos e tratamentos. A partir das ações realizadas dentro do grupo Rede Análise, a entrevistada foi convidada a participar. Não é político, no sentido de estar dentro de uma ação concreta, de um ato político, mas é um evento político em essência, em linha com a sociedade. A partir de discussões como esta, também abrem-se precedentes para que surjam novos debates, decisões e sejam possibilitadas muitas ações em decorrência deste tipo de atividade.

Figura 40

Evento China-Brasil: pesquisa para o combate ao Covid-19



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise.

Ainda, também se salienta a cobrança da sociedade civil na exigência e na cobrança aos governos por parte dos cidadãos, de direitos básicos, de legislação que os garanta e a criação e a execução de políticas públicas. No caso de uma pandemia, essas políticas públicas que por vezes demoram anos a serem implementadas, precisam ser tratadas como prioridade. Na publicação referente à Figura 41, uma das coordenadoras do grupo, cobra as políticas públicas em especial no que é tratado em relação à saúde e à vacinação. Expressando que é um direito de todos e um dever do Estado. Como muito foi dito, existem muitas formas de exercer a cidadania e esta também é uma delas.

Figura 41

Publicação políticas públicas em saúde



Nota. Fonte: Twitter @mellziland – Mellanie Fontes-Dutra.

As redes sociais online e, logo, os grupos digitais de cidadãos, podem ser ampliadores da esfera pública, proporcionando um espaço, muito além de socialização. Os atores podem conduzir e expressar opiniões e ideias que contribuem para o debate público. Para Raquel Recuero (2015), a facilidade técnica tanto para produzir, como para reproduzir as mensagens, manifestando apoio (e contrariedade), simplesmente curtindo ou retuitando, transforma o conceito de opinião pública em uma rede de comunicações, representativas de relações das mais diversas. Esta rede de opiniões e comunicações, traz, evidentemente, consequências.

Na mesma direção, os media alternativos há muito tempo são compreendidos como portadores de esferas contra-públicas,[169] sendo em algumas situações associados a vozes

[169] As esferas contra-públicas são muitas vezes consideradas como arenas discursivas que possibilitam que membros de grupos sociais subordinados ou marginalizados incentivem contra-discursos, fazendo assim, circular narrativas alternativas e promover interpretações opostas das realidades sociais contra uma hegemonia constituídos por públicos dominantes. Desta maneira, os contra-públicos dão visibilidade de forma ativa e autônoma aos seus interesses e identidades, para mobilizar para suas causas e não menos importante para expressar publicamente a dissidência. Nesse sentido, os contra-públicos ajudam a refletir o *status quo* da sociedade e podem se tornar um indicativo de desigualdades sociais existentes, bem como as

progressistas e a movimentos sociais democráticos, como o feminista ou ecológico. Os medias sociais de modo geral, possuem uma capacidade de remover barreiras para a participação social e política, com isto, o discurso público se emancipou. Contudo, as arenas públicas de discussão são diferentes em formato das de Habermas e possibilitada a qualquer indivíduo. Ao invés de um discurso ideal, reconhece-se um discurso cada vez mais suscetível a polarização, espalhando mitos e manipulando informações. Por esta razão, o que foi realizado pelo grupo Rede Análise, evidencia-se como necessário a níveis sociais, obtendo já este reconhecimento.

6.5.3 Reconhecimento

Para além das reportagens, o grupo foi considerado pelo *Collective Intelligence in Brazil* (Inteligência Coletiva no Brasil), como um perfeito caso de sucesso e de colaboração na resposta ao Covid-19 (Figura 42), gerando conhecimento e dados.

lógicas de inclusão e exclusão predominantes nas esferas públicas dominantes e criticar suas deficiências. As esferas contra-públicas são de suma importância. Enquanto atores de contra-públicos em sociedades democráticas podem se referir à capacidade de expressar publicamente uma opinião divergente e participar do debate público sem medo de perseguição como norma fundamental, em sociedade não democráticas, o desafio político é maior. No mesmo sentido, os media alternativos são considerados como importantes portadores e constituintes de esferas contra-públicas e foram considerados como intimamente ligados a movimentos sociais pró-democráticos, como o trabalhista, feminista ou movimento ecológico. Principalmente com o advento da internet e mídias sociais e seu principal potencial para remover barreiras para a participação social e política, grandes esperanças em relação à potencial emancipatório para o discurso público prosperou, mas em vez de um discurso público livre de constrangimentos de relações de poder desiguais, o otimismo sobre esferas contra-públicas e mídia alternativa foi revertido nos últimos anos. As mesmas arenas públicas e estratégias de comunicação, estão cada vez mais desconfiados em relação à sua contribuição para a polarização da sociedade e uma manipulação da democracia (Schwarzenegger, Cristian et al., 2022).

Figura 42

Case de colaboração bem sucedido



Nota. Fonte: Twitter @mellziland - Mellanie Fontes-Dutra.

Nas entrevistas exploratórias, os dois entrevistados enfatizaram a multidisciplinaridade do grupo e partindo deste ponto, o livro "Manifesto da Transdisciplinaridade", do francês Barasab Nicolescu, coloca que para encontrar o nosso lugar no mundo, dentro daquilo que entendemos como felicidade, é necessário que laços sociais duráveis possam estar presentes. Estes laços sociais podem ser encontrados naquilo que chamamos de pontes, tanto entre os diferentes campos do conhecimento, como também entre os diferentes sujeitos que compõem uma coletividade (2005, p. 101). O autor coloca que o espaço interior e o exterior, caracterizam um mesmo mundo e entende que a transdisciplinaridade é esta ponte entre ciência e arte. Isto é, para Nicolescu (2005), uma revolução da inteligência. O aparecimento massivo das redes online, não é sozinha uma revolução, ela precisa de afetividade, esta é a efetividade dos computadores. Sem afetividade, os computadores transformam-se inclusive em um caminho perigoso: "O que é um diálogo entre dois seres na falta de pontes, de uma linguagem comum? Dois discursos paralelos levando a mal-entendidos intermináveis" (Nicolescu, 2005, p. 101). Eis um

retrato fidedigno da sociedade durante a pandemia. Que possamos aprender a buscar essas pontes. Eis possivelmente uma chave da efetividade do grupo estudado na esfera pública, a afetividade no que se propõe.

6.6 Triangulação dos dados

A triangulação de dados foi dividida em quatro sucintas etapas, determinadas pelas temáticas centrais, conforme segue.

6.6.1 (Re)definindo a esfera pública

“O mundo está desarticulado”, disse William Shakespeare em Hamlet. Esta frase da tragédia, que foi escrita entre 1599 e 1601, parece bastante atual. Em meio a pandemia vimos uma sociedade global em uma confusão generalizada, talvez a publicização excessiva dos factos, seja responsável pelo aumento dessa sensação de cansaço. Se por um lado, as redes sociais online são uma ferramenta com potencial fantástico e articulam muitas ações positivas, como acaba-se de comprovar neste estudo de caso. Por outro lado, existe uma desarticulação social, que ainda exigirá muito debate e evolução públicos. Se antigamente a esfera pública se moldava juntamente com a imprensa muito lentamente pelo transcorrer dos séculos, hoje a (re)definição das esferas pública e privada da comunicação se (re)faz constantemente e é necessário buscarmos consensos para que o mundo possa estar mais articulado.

Optar, deliberar, compor uma vida ativa entre falta e excesso, buscando o equilíbrio. Este é um meio de viver a vida de forma virtuosa. Com base nas ideias de Aristóteles, a vida ativa, que se orienta pela virtude e pela capacidade deliberativa dos indivíduos, assegura a humanidade uma situação diferenciada que não é entregue à sorte, mas que é trabalhada em prol da escolha pela felicidade. O caráter voluntário a um fim dirigido, é a composição inicial de ações virtuosas. Disto entendendo que existe uma

associação entre felicidade e virtude, que vai além da ética e encontra a deontologia da Política, já que uma vida virtuosa só poderia ser plenamente realizável no âmbito da polis. As virtudes, por sua vez, se encontrariam no convívio. A polis sendo compreendida como um tipo de comunidade que debate os assuntos humanos e congrega os interesses individuais, agindo de maneira a exercer o que é melhor para a coletividade, "aquele que não pode viver em sociedade, ou que de nada precisa para bastar-se a si próprio, não faz parte do Estado; é um bruto ou um deus" (Aristóteles. A política, I, p. 15). Em todas as ciências e em todas as artes, o alvo é o bem comum.

Dominique Reynié, explica que em Tarde (2005), a inovação pode expandir-se progressivamente e substituir uma opinião então dominante, até ela própria tornar-se uma opinião dominante, que por sua vez, será descartada futuramente por uma nova opinião. Aparecer, crescer, estagnar e recuar, este seria para o autor, o movimento das ideias e das necessidades. A verdade de uma ideia, aumenta na medida em que a fé nessa ideia também aumenta para o maior número de pessoas, assim com a utilidade de um produto aumenta conforme a necessidade e o desejo deste produto. Assim, da mesma maneira que um bem é definido pelo seu valor econômico, uma opinião (pública) é definida pela sua verdade. Ou seja, para Tarde (2005), o vínculo social está em uma comunidade de pensamento. E a opinião comum é o elemento principal desta identidade coletiva, que vai associando esta eterna sucessão e mudanças de opinião à vida social na qual reconhecemo-nos como cidadãos.

A esfera pública é sempre indeterminada quanto aos conteúdos referente a agenda social e dos grupos que podem estar atuando e exercendo pressão. O entendimento entre os indivíduos no agir comunicativo na prática cotidiana, se movem compartilhando, de modo intersubjetivo, o mesmo mundo da vida. Em que o agir comunicativo, indica participação diante de uma sociedade sem fronteiras, exercendo um espaço irrestrito de comunicação e deliberação pública, que nunca tem como ser previamente antecipados.

Como diz Castells (2013), como, por qual razão e quem exerce relações de poder no cenário da gestão dos processos de comunicação e de que modo os atores sociais evidenciam e procuram mudanças sociais e podem modificar as relações, exercendo influência sobre a mente coletiva, diz respeito ao centro do que aqui foi falado. Conforme Castells (2013, p. 29), o poder se baseia no controle da comunicação e da informação, isto seja feito pelo macro poder do Estado ou pelo micro poder de todo o tipo de organizações e

grupos. Já que com a globalização, as relações de poder são vividas de modos locais e globais, em simultâneo.

A globalização não significa uma sociedade harmoniosa e nem que exista uma prevalência da ordem global sobre a local. Deste modo, a democracia tem que ser constantemente repensada, as identidades têm de estar em uma eterna reconstrução, bem como a própria sociedade em um exercício contínuo de reflexão sobre si mesma (Cabo, 2008).

A estrutura social é global, mas a experiência humana se dá em grande parte no local, isso refletido a níveis de território, mas culturais também. Contudo a sociedade até antes da existência de uma sociedade em rede, sempre exerceu o poder com violência, guerras, dominação de territórios e discursos para as pessoas entrarem na guerra; atualmente, a sociedade em rede é global e é uma estrutura bastante dinâmica, com grande força de adaptação, constante às necessidades que possam ser impostas, como no caso da pandemia. Neste sentido, o global ganha do local, em muitos níveis, a não ser que o local se conecte ao global, transformando-se em um nó de redes alternativas globais constituídas pelos movimentos sociais e grupos digitais de cidadãos (Castells, 2013).

O aparecimento de novos atores, que não são estatais, privados ou estruturados, através de *think tanks*,[170] ONGs, grupos digitais de cidadãos e com uma fraca liderança por parte das entidades renomadas como OMS e tantas outras, o avanço do populismo e da desinformação, certamente revelam uma reestruturação nas formas de conversação pública.

Grande parte da retórica contemporânea tem se dado com base em discursos morais entre o bem e o mal. As mensagens políticas são menos sobre interesses conflitantes e mais sobre reivindicações e exigência de lideranças na qual a moral é analisada. Esta é um dos componentes centrais nos debates a níveis local, nacional e internacional, sendo recorrente nas democracias e útil para a mobilização em geral.

[170] Os *think tanks* são instituições que se dedicam a criar conhecimento político, científico e econômico. A sua principal função é influenciar a tomada de decisão das esferas pública e privada, além de formular políticas no que se refere aos temas que estão em pauta.

6.6.2 Mundo e comunidades digitais

"Se tornou aparentemente óbvio que nossa tecnologia excedeu nossa humanidade", disse o cientista Albert Einstein anos atrás. Inegável que hoje o mundo interage mais com ecrãs (de todos os formatos), do que com pessoas. Uma conexão desde o despertar até o dormir, utilizando por muitas e muitas horas o modo "on". Interagir com ecrãs e em redes, já dizia Tiago Lima Quintanilha e Gustavo Cardoso (2013), é assumir e questionar sociologicamente os compromissos que são compartilhados entre culturas públicas e individuais. Ao criar os assuntos e notícias sobre nós próprios, nos capacitamos a entrar em novos mundos, nos possibilita discutir com outra pessoa e entender as suas opiniões. Através dos ecrãs, partilhamos significados, relações de todos os tipos, negociamos, trabalhamos, estudamos, lemos, assistimos filmes, uma infinidade de possibilidades. Onde a liberdade e o controle são definidos por nós e justamente por essa razão é necessário que exista uma discussão com a sociedade para entender melhor as consequências possíveis deste modo de viver.

Trazido aos dias presentes, a atualidade na esfera pública é exercida a ritmo frenético, quase insustentável, também porque a sociabilidade assim o é. Da mesma forma, repassada aos media, uma notícia divulgada pela manhã, já não tem interesse no turno da tarde, porque o público já se inteirou dela de alguma maneira, justamente apoiado nessa atualização constante.

Não estamos a caminhar, estamos a correr numa conexão que já há muito é em tempo real. Soluções cada vez mais inteligentes, em todas as áreas da nossa vida, criando um mundo cada vez mais rápido. Já chegou o conceito da Sociedade 5.0, que é válido se pensarmos apenas em tecnologia. Com certeza já temos muito mais tecnologia descoberta, daquela que efetivamente fazemos uso hoje, mas enquanto sociedade, tendo em conta quesitos como humanidade, ainda há tanto para se aprimorar. Concentrar-se em desenvolver uma tecnologia possivelmente é mais fácil do que desenvolver-se a si mesmo. Contudo, em termos de tecnologia, existe realmente um cenário repleto de oportunidades, que favorece criações em conjunto e mais coletividade nas criações. Por isso, os movimentos sociais e os grupos digitais estabelecem um papel crucial, porque trazem a

humanidade para dentro deste mundo infinito de ecrãs, que por vezes faz com que a sociedade se esqueça do sentido real das coisas.

Dentro deste mundo virtual, a interatividade é uma característica necessária, que dependerá dos usos que as pessoas farão dos meios, dentro de seus negócios e comunidades. Quando uma pessoa se sente parte integrante de uma comunidade, quando colabora e colaboram com ela reciprocamente, então existe o sentimento de pertença e este é o fator motivador de grande parte das ações.

O *Second Life*[171] foi o primeiro ambiente virtual que ganhou relevância mundial, ao trazer realidade virtual, inspirado pelo movimento de literatura *cyberpunk*. O objetivo era criar um mundo como o Metaverso, já há terrenos sendo vendidos por lá[172] e estima-se que dentro de poucos anos, todas nossas reuniões de escola, trabalho e outros, sejam realizadas por esta via. Com uma aceleração em grande parte causada pela pandemia de Covid-19, que também alterou o local de trabalho e trouxe flexibilidade através do teletrabalho. Deste modo, os ambientes 3D[173] totalmente imersivos, não deve tardar a se popularizar.

Enquanto isso, as comunidades digitais, que como vimos no decorrer do trabalho, conseguem impactar a esfera pública e chegar nos decisores políticos e criar políticas públicas através de suas ações, possuem desafios diferentes. No início o objetivo é conseguir engajar muitas pessoas, quando a comunidade cresce, o desafio é moderar o conteúdo, garantindo a qualidade e mantendo relacionamentos. Quanto mais integrada à comunidade, melhor ela agrega valor para quem participa. Gabriel e Kiso (2020)

---

[171] O Second Life é um ambiente virtual e tridimensional, que foi criado em 1999 e lançado em 2003, continua até hoje, mantido pela empresa dos Estados Unidos, Linden Lab. Simula a vida real e social do ser humano através da interação entre avatares.

[172] Os terrenos virtuais são as terras existentes em plataformas que já "namoram" com o metaverso, como a Decentraland (MANA) e o The Sandbox (SAND). Esses pedaços de solo virtual ficam dispostos em mapas digitais divididos em lotes. O detalhe é que apesar de estarem situados apenas no ambiente virtual, esses terrenos custam dinheiro (criptomoedas, no caso), têm registro de propriedade e podem (ou não) valorizar com o tempo. Portanto, já existe um mercado imobiliário dentro desses universos online. Essa economia digital é possível porque cada terreno do metaverso é negociado como um token não fungível (NFT, na sigla em inglês). Um NFT é a representação de um item exclusivo, que pode ou não ser digital. Fazendo um paralelo com o segmento de imóveis, um token não fungível é como a escritura de um imóvel, mas com algumas diferenças: A primeira é que ele é basicamente uma sequência de letras e números, e não um documento físico. A segunda é que não há necessidade de ir a um cartório para comprovar registrá-lo. Isso porque um NFT fica guardado em uma blockchain, grande banco de dados descentralizado e imutável que nasceu com o Bitcoin (BTC) no final de 2008 (InfoMoney).

[173] O espaço tridimensional é aquele que pode ser definido como tendo três dimensões, sendo altura, profundidade e largura.

comentam que David Spinks,[174] em palestra para o CMX Summit 2017,[175] disse que encontrou no Linkedin naquele ano, 100 mil pessoas com o cargo de *Community Manager*, responsáveis pela construção e condução de comunidades. Tal função, já é vista como uma vantagem competitiva a níveis empresariais e por isso, hoje também já é uma indústria.

Se as pessoas sentem que pertencem a uma comunidade, isso é o principal elemento para que ela cresça. No caso da Rede Análise, os membros que criaram e fizeram a comunidade crescer, atuavam como "gerentes de comunidade", trabalhando para engajar mais pessoas na sua luta, que era a conscientização e o esclarecimento dos factos. A moderação do conteúdo é fundamental para manter a qualidade do ambiente. Conforme Gabriel e Kiso (2020), parte da interação que se desenvolve dentro de uma comunidade tem a ver com o conceito de aprendizagem social. Ao trocar informações sobre determinados assuntos, vai adquirindo conhecimento efetivo. Por isso, é também importante que a prática envolva uma dinâmica simples e direta. Os processos de aprendizagem social são responsáveis por trazer aceitação, reconhecimento, modelagem de comportamento, fazendo com que todos ganhem, quem compartilha e quem recebe.

Muitos filósofos ao longo dos séculos já explicaram esta situação de várias maneiras e uma coisa é indiscutível, compartilhar situações da vida e das experiências, faz parte da natureza humana compondo a base das nossas culturas. A cultura colaborativa aponta como uma nova ordem da economia e para uma Revolução do Compartilhamento (Gabriel & Kiso, 2020).

6.6.3 Comunicar em tempos pandêmicos

"O ser humano precisa mais de apreciação do que de pão", disse Madre Teresa de Calcutá. Este provavelmente seja o lado mais obscuro das redes sociais online e da vida

[174] David Spinks trabalha na interseção da comunidade e dos negócios. Em 2014, foi o cofundador do CMX, uma rede de mais de 20.000 profissionais comunitários que apoiam com treinamento, pesquisa, eventos e comunidade. Em 2019, a CMX foi adquirida pela Bevy, uma plataforma de software empresarial que impulsiona eventos comunitários e conferências virtuais, onde agora atua como vice-presidente de comunidade.

[175] É uma conferência sobre comunidades.

digital como um todo. Para além de todas suas vantagens aqui descritas extensamente, o outro lado evidencia solidão, narcisismo e ansiedade. Quanto mais os utilizadores são dependentes de *likes*, mais existe um julgamento das outras pessoas através de imagens e vídeos, quanto mais reuniões online são feitas, também aumenta-se a necessidade de transparecer estar sempre bem. Estar bem, inclusive, nem sempre é o suficiente, é preciso ser o melhor. Os melhores alunos, melhores profissionais, melhores namorados, filhos e pais; e claro, necessita-se ser reconhecido por isso. E estando sempre em conexão, sempre em busca de ser melhor, às vezes não sobra tempo para simplesmente ser (ou não ser nada).

A pandemia, em alguns casos, fez com que se chegasse a tamanha exaustão, que foi preciso parar, repensar e passar a se conectar não com ecrãs, mas voltar a se conectar consigo mesmos. A tragédia com milhões de mortos pelo mundo, fez muitos refletirem sobre o que afinal é importante, alguns mudaram de casa, outros terminaram relacionamentos afetivos, despediram-se. Motivados pelas ausências das pessoas que se foram, por questões econômicas ou por simplesmente perceberem que estavam desconectados de suas vidas.

Vivem-se tempos marcados por mudanças em praticamente todos os níveis e o desafio é se adaptar. Também a níveis mediáticos, as mudanças são profundas. As comunidades digitais assumem importância porque fornecem laços, que independentemente de serem fortes ou fracos, na maioria dos casos, levam a um caminho com mais propósitos.

As transformações na comunicação partem dos últimos cem anos, a partir do conceito de massa e para o ingresso de uma infinidade de novos dispositivos de comunicação, passou-se do tradicional um-todos, que era o sentido de uma comunicação de massa, para o modelo todos-todos, que compõem a comunicação em rede. Por mais que certas atitudes ainda possam identificar algumas pessoas como tendo um comportamento de massa, a forma de pensar e agir modificou-se substancialmente. A sociedade de massa pensava em suas necessidades, observando as formas para satisfazê-las. Como diz Acselrad e Mota (2011), atuando de maneira tão medíocre quanto qualquer outra sociedade anterior. Depois, esteve em voga, a sociedade de consumo, que possui a característica de ser inculta e vulgar e não ter vergonha disso - ao contrário, divulgar esta condição aos quatro ventos. Ainda pode-se citar a sociedade do espetáculo, onde a preocupação não é com o que é comunicado, mas com a maneira como se comunica e quais sentidos ela tem

para o sujeito. Nenhum dos três conceitos são suficientemente sólidos para definir o processo de comunicação em tempos pandêmicos - serão certamente para estudar apenas determinados aspectos.

Hoje o controle "de massa" é completamente diferente. Não existe enquanto cultura de massa tal e qual a conhecemos, mas sim, existe um controle que é imposto pelos grandes conglomerados de media, especialmente digital. Tendo como maior exemplo, o Google, na medida que possuem muitos dos nossos dados pessoais e o controle de todos os nossos acessos. Os algoritmos nos conhecem muito bem e são criados com a nossa participação, desafiando noções contemporâneas de subjetividade (os algoritmos podem nos dizer quem somos?). Quanto mais utilizamos a internet, mais informações são fornecidas e a base de dados pessoal vai ficando mais refinada. Os anúncios que são sugeridos parecem escolhidos a dedo, e não é por acaso. Deste modo, são gerados o bem mais precioso dessa época, os dados.

Os dados facilitados pelo acesso à tecnologia e em conjunto com os media, no que tange a uma pandemia mundial, mesmo sem ter a intenção, acabaram por ser fonte e disseminar muito medo. A sociedade vive em um espaço de atuação dos meios de comunicação social e o alarde e o exagero informacional certamente são um dos maiores desafios de comunicar em tempos pandêmicos.

Por um lado, existem os interesses capitalistas de grandes empresas de comunicação, que interferem diretamente na criação e desenvolvimento de políticas públicas tanto a níveis nacionais como internacionais. E se interessam por manter e reproduzir a maior quantidade de informação focadas nos fluxos financeiros, nos mercados, nas ações. Nesse sentido, o importante é ter em mente que fabricar sapatos e seguir lógicas de produtividade, é muito diferente de difundir informação ou produtos culturais (Brittos & Miguel, 2009). Justifica-se assim a ação dos movimentos sociais na reivindicação da cultura e nos discursos públicos. O mercado é importante, desde que se estabeleçam regras para o bem estar público. As atuações devem ser estratégicas na comunicação, já que envolvem muitas ideologias e imaginários, trazendo consequências nas visões de mundo das pessoas e na decisão de tomar ou não uma vacina, por exemplo, que por sua vez pode salvar tantas outras pessoas. É necessário haver consciência de um processo comunicacional, especialmente em uma pandemia ou uma situação de crise. Neste entendimento, também é preciso repensar o papel do Estado, que deve evitar que nossas vias de informação sejam sempre subordinadas ao lucro. Um sistema político não é

o mesmo que um sistema econômico, logo, um consumidor não é o mesmo que um cidadão (Brittos & Miguel, 2009). Por isso, as políticas públicas de comunicação parecem se tornar mais necessárias (de modo especial, numa situação de crise de saúde pública).

Lopes e Fernandes (2012) estudaram aquilo que foi notícia de saúde na imprensa portuguesa entre 2008 e 2012 e dizem que esta não colaborou para a construção de uma "vibrante esfera pública da saúde", baseadas no conceito de Hodgetts et al. (2008, p. 43). As autoras comentam que as notícias se restringiram a retratos de situação e assuntos relacionados com Políticas de Saúde e comentam que as fontes mais citadas foram fontes políticas, ficando evidente a relação entre saúde e política. Lopes e Fernandes (2012), confirmam que as fontes oficiais nos contornos das notícias foram inegáveis no campo da saúde naquela época. Com uma certa descrença que envolve a política, durante a pandemia viu-se a atuação de outras fontes oficiais e nomeadamente pessoas especializadas. O número de casos e de mortes foi certamente o principal motivo de noticiabilidade, mas também foram noticiadas a prevenção, atos clínicos, medicamentos e ações cidadãs, modificando a atuação dos media com a saúde em comparação a apenas dez anos atrás, trazendo mais pluralidade das vozes citadas.

À medida que o Covid-19 foi crescendo e se apresentou como uma crise para os países e para a humanidade, tudo o que entendemos como sociedade e como comunidade é colocado em causa. Restrições de viagens, fechamentos do comércio tornaram a sociabilidade difícil, causando evidentemente mais impacto em quem já apresentava vulnerabilidades sociais, como os trabalhadores mais pobres e outros grupos marginalizados. Os discursos nas redes sociais online incluíram xenofobia, ódio, racismo, em contraposição a uma série de narrativas pessoais e comunitárias digitais. As narrativas transmídia[176] mostraram-se como um meio de enfrentamento à pandemia e o grupo estudado fez uso desta técnica (assim como qualquer outro grupo poderia fazê-lo).

O conceito de ciência cidadã, decorre da participação direta dos cidadãos em projetos científicos, que tentam buscar uma participação cidadã mais efetiva. É um movimento que liga o público não especializado à ciência na forma de um campo social de conhecimento. Além disso, é importante refletir sobre os novos contextos de engajamento

[176] Conteúdo que se sobressai a uma única mídia, ou seja, significa que conteúdos diversos serão apresentados em vários formatos de mídia, aumentando o contato com o público e o engajamento, que consome a mensagem através do meio que lhe é mais atrativo.

público no desenvolvimento de uma cultura científica. Visualizar como a pandemia transformou a comunicação e os negócios para sempre é algo imperativo. Os atores comunicativos, desde jornalistas, governo, cidadãos e cientistas que se envolvem uns com os outros em plataformas digitais e em múltiplos formatos e de maneira internacional, formando uma esfera de "subjetividades" em rede, caracteriza este novo tempo comunicacional pandêmico.

6.6.4 *Health mobs*

O aparecimento de novas leis, técnicas e práticas de visibilidade no contexto de uma pandemia global (Covid-19), também revelou uma crise de militâncias. Conforme a jornalista Maitê Ferreira (2020), os movimentos sociais não podem se conformar com uma estética ativista. Segundo ela, são precisos melhores critérios para escolher nossos ícones e por consequência as pessoas que vamos seguir online e também receber conteúdo. Se buscamos um ativismo coerente e identificado, muitos movimentos que hoje possuem lugar de fala, estão nos encaminhando para a dispersão de um ativismo com propósito. A distância entre o verdadeiro ativismo e a representatividade é a mesma que separa a estética da prática política, diz Maitê Ferreira (2020). Em um mundo em que a militância se resume a uma luta por identidades, por exemplo, quando operários querem convocar uma greve geral, vestem uma camisa de algum líder histórico como algo representativo, buscando criar uma identidade ao movimento, mas o lugar de fala não pode ser maior que o lugar de prática. A preocupação não deveria ser tanto com o parecer e mais com o real ativismo. Quando excessivamente preocupado com uma estética, se afasta de uma luta real pelos direitos sociais e objetivos que lhe são inerentes. No caso do grupo estudado, a missão vem sempre antes nas falas e o propósito é claro, percebe-se que o sentido da atividade está muito à frente da estética, diferenciando-se de muitos outros movimentos.

O recurso retórico ao lugar de fala parece dar certa autorização para que, por exemplo, pessoas negras maltratem umas às outras, ou que um negro impeça outra negra de falar, absurdos que são falados baseados em uma prerrogativa natural e por isso mesmo

se sentem no direito de insultar e "cancelar"[177] qualquer pessoa que venha a discordar de suas posições. Possivelmente a prática social dos cancelamentos seja a idealização de vários arquétipos de como uma pessoa deve pensar, ser e se portar. A estética promove a ascensão de ídolos e *influencers* por determinados padrões e depois os exclui pela falta de conformidade com o que se esperava dele ou da sua real ideologia. O problema está em distorcer as ideias sobre ativismo, mas mais para além revela que o que se deseja enquanto sociedade, talvez seja apenas coerência entre palavras e atitudes.

Conforme Giddens e Sutton (2017) a vida social nunca é estática, o processo de mudança é constante. Nos últimos anos, as mudanças nas relações de gênero, no aumento da migração, multiculturalismo e os movimentos sociais iniciados no oriente médio através das redes sociais online, vêm acelerando a mudança do mundo. Os movimentos sociais, de modo geral, podem ser compreendidos como a capacidade de indivíduos ou grupos de alcançar seus objetivos ou fazer valer seus interesses a respeito de oposição ou resistência (Giddens & Sutton, 2017). Para Briggs e Burke (2016), muitas vezes o apelo ao povo teve sucesso na prossecução de ideais.

Diante disso, a sociedade vem buscando encontrar "o equilíbrio relativo entre a influência da sociedade no indivíduo (estrutura) e a liberdade do indivíduo para agir e influenciar a sociedade (ação)" (Giddens & Sutton, 2017, p. 12). É possível que exista uma imagem de que aqueles que estudam as estruturas sociais o fazem preferencialmente a níveis macros, em largas escalas, e deste modo, ignorando a ação individual. Já quando se estudam as ações, a concentração estaria a nível micro, nas ações individuais Essa divisão é válida, entretanto, hoje as mobilizações e grupos desenvolvem lógicas de interações e relacionamentos na qual "agem" exercitando a vida social. Por vezes, o macro e o micro podem estar entrelaçados.

Com a pandemia, as respostas públicas de políticas de saúde foram recebidas em graus diferentes de aceitação. A natureza e a gravidade disso diferem muito entre países e sociedades, entre níveis socioeconômicos distintos, revelando ainda mais as desigualdades sociais. Vivendo um contexto de emergência e crise, o mundo digital ocupou um lugar central na vida, em absolutamente todas as esferas (cultural, trabalho, social...), gerando um agravamento da crise de saúde mental e física. Em todo o mundo há uma luta para

[177] A cultura do cancelamento diz respeito a excluir pessoas por terem posicionamentos ou atitudes consideradas equivocadas pela sociedade. Não é algo novo, mas ganhou projeção com as redes sociais online.

governar plataformas digitais e o uso de inteligência artificial,[178] impactando também nos entendimentos sobre deveres e direitos fundamentais, como a saúde.

Santos (2020) lembra que existe a possibilidade de mais pandemias acontecerem no futuro e possivelmente mais graves. Por isso a importância de estudar os efeitos da Covid-19, irá se estender pelos próximos anos. Importante analisar, como viver politicamente em uma situação como essa? Como ser mais justo com quem enfrenta vulnerabilidades? Para o autor, a pandemia traz o regresso da importância do Estado e da comunidade, afastando apenas as lógicas comerciais que têm sido imperativas. É importante que se tire lições, pois os políticos que enfrentaram essa crise sanitária, já não serão os mesmos que as vão vivenciar no futuro. Então será novamente tudo uma novidade. Incidindo sobre isto, há a necessidade de existir uma sociedade que saiba se organizar, através de grupos digitais de cidadãos, movimentos, partidos políticos, para terminar com a separação entre os processos políticos e os processos civilizatórios (Santos, 2020).

As mobilizações e organizações de grupos em saúde, como vimos, já existem em vários formatos, o que eu chamo, caminhando ao final desta pesquisa, de *health mobs*.[179] Importante, que possam ser ampliadas para um maior conhecimento público, para casos epidêmicos, mas para também para todos os outros, como mencionado no subcapítulo 4.3, em inúmeros casos de doenças e situações em que as mobilizações em saúde estão presentes. As *health mobs* que aqui foram mostradas, bem como outras observadas, conseguiram muitas conquistas dentro de um processo evolucional da sociedade.

6.7 Relações com base na pergunta de pesquisa e nos objetivos

A pergunta de pesquisa e os objetivos foram o fio condutor e estiveram em foco no decorrer de todos subcapítulos desenvolvidos. A pergunta: “Como se organizam e quais as práticas de comunicação, o poder de ação e influência das mobilizações de cidadãos constituídos no digital, sobre a agenda na esfera pública em saúde?” Bem como, os

[178] A inteligência artificial permite que máquinas resolvam problemas. Basicamente, os computadores são programados para imitar o comportamento humano tendo como base, uma grande quantidade de dados.

[179] Mobilizações de saúde, tradução livre.

objetivos gerais de a) identificar as práticas sociais e de comunicação, relacionadas com a mobilização online em saúde; b) refletir sobre o potencial dos *social media* para promoção de ações coletivas de cidadãos em prol da saúde; e c) compreender como as mobilizações online podem contribuir para transformar a sua agenda na agenda política pública. Retomando os objetivos específicos que a) pretendeu a construção de uma ideia mais precisa sobre as mobilizações online de saúde, como se constituem, organizam, comunicam entre elas; que procurou realizar b) um mapeamento exploratório dos grupos de cidadãos de língua portuguesa existentes nas redes sociais online que permitam o diálogo e a partilha de ideias sobre saúde; c) problematizou sobre como a espontaneidade e pouca literacia dos moderadores e elementos de movimentos digitais em saúde podem contribuir para a propagação de notícias falsas (diagnósticos, tratamentos, entre outros) e como uma literacia elevada em saúde pode contribuir para um maior esclarecimento dos cidadãos que usam os grupos das redes sociais digitais como fonte de informação; d) buscou averiguar a visibilidade, no offline, de um grupo de cidadãos, constituídos no digital, e qual a sua capacidade para influenciarem as organizações públicas na área da saúde; e.) Elencou e caracterizou as práticas e os canais de comunicação utilizados pela Rede Análise, para comunicarem entre si, com os media e o alcance na esfera pública; foram todos trabalhados e alcançados na totalidade. No capítulo a seguir (6.8) são apresentadas as conclusões e resultados.

Aqui para relacionar a pergunta de pesquisa e os objetivos, no rol de tudo que foi exposto nesta investigação, fica evidenciado o Poder da Comunicação. Essa revolução que estamos vivendo (quarta) é a mais poderosa até então, porque pela primeira vez o pobre, uma pessoa do campo, um indígena, pode estar no papel do emissor da comunicação, algo que não aconteceu em nenhuma outra revolução. "O povo" tem através de suas ações, o poder de influenciar e esta possibilidade evidentemente virou o mundo de ponta cabeça. No fundo, todos esses populismos e extremismos também são reflexos de que a emissão da mensagem está em todos os lugares, em todas as crenças e que as pessoas podem expressar o que quiserem sem filtros. O trabalho agora é esclarecer os assuntos para a sociedade, se necessita ensinar o que são *fake news*, fontes, precisa-se divulgar a própria atividade do jornalismo e fazer uma espécie de *media training*[180] para a população, a fim de que se aprenda a diferença de um colunista de opinião e de uma matéria jornalística, por exemplo. Ainda nos deparamos com a situação de as pessoas não terem informação básica sobre os

[180] Treinamento de mídia, tradução livre.

meios de comunicação "antigos", na qual muitas pessoas ainda entendem o que é noticiado como verdade absoluta e claramente nem sempre o é, especialmente em países que não existe qualquer regulação sobre a comunicação. Crenças diversas e desconhecimento dos temas em geral, antes não eram tão facilmente detectáveis, pois as pessoas não tinham um lugar para expor essas opiniões publicamente. Agora a comunicação tornou-se muito mais democrática, pois o modo como os usuários usam as redes sociais online que a tornam democrática.

Apesar de todos os problemas postos após a popularização das redes sociais online, das modificações econômicas, de consumo, sociais, populismos, extremismos, fraca qualidade do discurso público, sou otimista e acredito que com o passar dos anos aprenderemos a utilizar os meios digitais com mais literacia.

A comunicação é conhecida como quarto poder, mas entendo que nos tempos atuais, ela tornou-se o primeiro poder. Na medida que ela ultrapassa todas as esferas, desde os debates na esfera pública, mediados pelos cidadãos comuns e pelos media de maior alcance. Ela é o primeiro poder na medida que elege e derruba presidentes. É certo que não é tão simples, mas em certa medida, a melhor campanha de comunicação irá eleger os cargos máximos dos países. Temos o conhecido caso da campanha do Barack Obama[181] em 2008 que comprova isto. Ela é o primeiro poder, quando baixa o preço de um medicamento, quando possibilita o apoio mútuo num caso de saúde. A comunicação é o primeiro poder quando através dele somos, agimos, compartilhamos e estabelecemos conexões e relações na prossecução daquilo que está ao meu alcance para mudar uma realidade de vida, local, ou atingir várias pessoas. Ela é o primeiro poder quando os

[181] A campanha *online* de Barack Obama em 2008, por exemplo, alterou para sempre a forma de se conduzir a comunicação política, destacando a importância das redes sociais neste processo. Gomes et. al (2009) no artigo "Politics 2.0: A campanha *online* de Barack Obama" colocam que ela foi um marco no que diz respeito à estratégia de comunicação específica na internet, envolvendo redes sociais. Tendo em vista que não havia literatura de apoio, porque as novas tecnologias e redes sociais se desenvolvem mais rápido do que o estudo científico (O MySpace foi criado em 2003, o Facebook em 2004 e o Youtube o Twitter em 2006). Entre as campanhas de Obama e Clinton, as diferenças estavam nas estratégias. Nada foi tão decisivo quanto as milhões de pessoas que aderiram *online* à campanha. Registrou-se que 66% dos usuários de internet com idade abaixo de 30 anos tinham um perfil em algum tipo de sítio e rede social *online* e que metade deles usava tais sítios para obter e compartilhar informação política. Além disso, a campanha tinha links para outros 15 media sociais: Facebook, BlackPlanet, MySpace, FaithBase, Youtube, Eons, Flickr, Glee, Digg, MiGente, Twitter, MyBatanga, Eventful, AsianAve e Linkedin. Muitos deles voltados para grupos minoritários, a rede BlackPlanet, por exemplo, é específica para afroamericanos; Glee, para *gays*; FaithBase para norte-americanos católicos. Assim, a campanha de Obama acabou contemplando uma grande massa da população, dando atenção especial a comunidades específicas, fazendo com que todos esses grupos acreditassem que ele queria saber sobre eles; a consequência era o apoio nas eleições presidenciais (Scherer, 2016, p. 37).

máximos poderes: Legislativo, Executivo e Judiciário de um país, definem sua agenda de ações baseados no que está em agenda na esfera pública através dos media, estando, portanto, todos ligados ao poder da comunicação.

Anthony Giddens e Philip W. Sutton (2017), revisitam a obra de Foucault, que diz que o poder age envolvendo todas as pessoas, em todas as instituições e em todos os níveis de interação. O poder está em todas as engrenagens, como uma "microfísica" e que deve ser analisado deste modo). Também afirmam que, por certo tempo, o ciberespaço foi visto como um local diferente do mundo real, mas que na verdade são semelhantes na medida que facilitam e possibilitam lutas entre os interesses corporativos, a sociedade civil e os governos.

O poder passou a se dividir com milhões de cidadãos gerindo diferentes tecnologias, fazendo com que as grandes organizações mediáticas perdessem um pouco do controle que tinham. Certamente estas empresas não se retraem facilmente diante dos públicos em interações colaborativas, mas o processo é alterado. Contudo, ao mesmo tempo que a comunicação digital se amplia e deste modo, também contribuindo na ação dos movimentos sociais, o capital também vai se reinventando (Primo, 2013). A Cultura da Convergência[182] debate aspectos da transformação mediática contemporânea. Depois do conceito de inteligência coletiva de Lévy, podemos observar certas mudanças de comportamento, por exemplo, no que se chama de *consumer generated content*[183] em sites comerciais e outras plataformas, as quais os próprios consumidores são responsáveis pelo trabalho e tiram dali a sua renda. Para Alex Primo (2013), as utopias e os conceitos de produção colaborativa, inteligência coletiva e sabedoria das multidões podem ajudar a ampliar a reflexão no que se refere às dinâmicas relacionais. Por exemplo, a condição "*always on*",[184] citada anteriormente e facilitada pelos dispositivos móveis de comunicação, traz para a contemporaneidade toda a sua complexidade e amplia ainda mais o poder da comunicação, que revela no online e no offline (Primo, 2013).

---

[182] Criado pelo pesquisador de media norte-americano Henry Jenkins, o conceito de Cultura da Convergência, faz referência a três diferentes fenômenos interligados: a produção cultural participativa, o uso complementar de diferentes mídias e a inteligência coletiva. A grande diferença está em que a relação de poder entre o que é produzido e o consumo, está sendo recriado a cada interação, A convergência vai se adaptando a cada novos usos e novidades tecnológicas.

[183] Conteúdo gerado pelo consumidor, tradução livre.

[184] Sempre online, tradução livre.

Nessa perspetiva, cabe pensar como usar a comunicação em prol da cidadania? Para mudanças sociais? Desenvolvimento em vários níveis? Independentemente de como for, não se pode deixar de centrar no humano (Kunsch, 2007).

Com a pandemia, as narrativas digitais dominaram o cenário. Viu-se os discursos pandêmicos nas redes sociais online, bem como notícias de todos os tipos. Especialmente diante das crises, sejam elas, políticas, sociais ou sanitárias, existe com frequência uma explosão de narrativas pessoais, contando suas histórias e falando dos seus pontos de vista. Para os indivíduos e para as comunidades, as narrativas transmídia tornaram-se um enfrentamento importante em tempos de crise e especialmente agora com a pandemia de Covid-19. Viu-se narrativas de doença, saúde, risco, vulnerabilidades, identidade, solidariedade, justiça social, nações, geopolítica, narrativas de emoções, luto, memória. E claro, muitas contra narrativas.[185] Entretanto fica evidente, que hoje, absolutamente tudo em nossas vidas, inclusive a saúde, está ligado a comunicação e o poder que ela tem em todos âmbitos.

6.8 Conclusões/Resultados

O livro mais recente de Habermas, de 2022, *Uma nova mudança estrutural na esfera pública e na política deliberativa*[186] e o artigo científico *Mídias e plataformas digitais no campo da Educação Permanente em Saúde: debates e propostas*[187] de França, Rabello e Magnano (2019), sustentam essa seção, que após uma profunda investigação bibliográfica unida à análise das informações empíricas, verifica-se inicialmente que os dois campos estão alinhados, diante das conclusões e resultados obtidos. Estes permitem apontar características da esfera pública, da comunicação e dos movimentos, dos quais, destacam-se:

1) O “público" ter acesso e poder participar ativamente da “esfera pública” é um dos fatores de destaque desta pesquisa. Isto faz parte do debate político atual, que entre

[185] Forma de se opor e desconstruir narrativas.

[186] Título original: *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik.*

[187] Título original: *Digital media and platforms in the Permanent Health Education field: debates and proposals*.

outras coisas, envolve pensar como **os cidadãos se tornaram mais ativos e revigoraram a política e a vida em comunidade**. E aqui temos um estudo de caso que contempla essa nova forma de participação. Consegue-se exercer uma enorme pressão pela ampliação de direitos dos cidadãos e assim traz à tona uma reflexão de como a cidadania é exercida (ou deveria ser). Contudo esta nova cultura democrática terá também de combinar fatores universais e particulares, racionalidade prática com os seus projetos de vida e com as identidades coletivas construídas, através de práticas de comunicação e debates públicos, embora "o progresso tecnológico da comunicação digitalizada promove inicialmente tendências à dissolução de fronteiras, mas também à fragmentação da esfera pública (Habermas, 2022, p. 11).[188]

2) A análise dos dados em termos da **comunicação**, permitiu em primeiro lugar **mapear a presença digital do grupo/movimento**. **Identificou o processo de como a informação é organizada e compartilhada**. Revela que mesmo não havendo profissionais de comunicação, há uma **política e práticas de comunicação estratégica**, que por sua vez, é minimamente definida e pensada para que as informações sejam repassadas da forma mais apropriada possível. A **comunicação pública,** neste estudo de caso em específico, não teve efetividade, pelo que exigiu por parte do grupo e da comunidade científica como um todo, um esforço de trabalho - e comunicação - muito mais complexo, revelou o processo por trás de quando **as comunidades (de privados) ocupam o papel do Estado**. As **fake news**, juntamente com uma sociedade no auge de uma polarização política, não contribuíram de todo para facilitar o processo. Os media tradicionais atuaram por vezes, de forma excessiva e como verificou-se nas entrevistas concedidas, buscavam fontes de informação fidedignas e recorriam a várias fontes, entre elas a comunidade científica e alguns membros que estavam neste movimento pró-informação e pró-ciência, dentro da pandemia. A urgência da crise sanitária pautou por si só o agendamento dos media.

3) Observou-se **rotinas e fluxos nos processos produtivos**. Ou seja, há uma organização do trabalho de comunicação visivelmente identificada, que tem como marca a produção de conteúdos e divisão de tarefas para tal, principalmente para as

[188] No original: *Der technologische Fortschritt der digitalisierten Kommunikation fördert zunächst Tendenzen zur Entgrenzung, aber auch zur Fragmentierung der Öffentlichkeit* (Tradução livre).

redes sociais digitais. “Os fenômenos sociais, sejam eles ações, fluxos de comunicação ou artefactos, valores ou normas, hábitos ou instituições, contratos ou organizações, têm um caráter regular” (Habermas, 2022, p. 13).[189]

4) As informações coletadas na análise valorizam a importância das **redes sociais digitais** no processo de fortalecimento da interface entre ciência x comunicação x sociedade. As pesquisas já reconhecem a utilidade dos media digitais - Facebook, Twitter, Instagram e Youtube - como ferramentas para fornecer e disseminar informações de saúde (França, Rabello & Magnano, 2019). Esse *case study* reforça as percepções sociais sobre as práticas e tecnologias de saúde. Ainda que “a ascensão das novas mídias ocorre à sombra de uma exploração comercial da comunicação em rede, atualmente pouco regulamentada” (Habermas, 2022, p. 11),[190] que faz com que algumas práticas sejam dificultadas. Poder contar com media credíveis e grupos reconhecidos pela sociedade, pode ajudar a minimizar futuros problemas.

5) Ainda retratando conclusões na área da comunicação, destaco a importância que é identificada na **comunicação local** (ou sentido de **comunicação micro - macro**, que foi seguido nesta tese), apropriada para um público específico e repassada de forma que traga clareza e confiança. Fica muito evidente nas entrevistas que mesmo com toda a repercussão nos media, a população ainda necessitava que a pandemia lhe fosse melhor explicada ou que houvesse algum tipo de validação da informação, o que fica mais fácil dentro de uma comunidade, de um grupo organizado ou de movimento, justamente por haver esse sentido de proximidade com o outro indivíduo. A virtualidade, nesse caso, não através das redes sociais digitais como meio, mas a virtualidade no sentido dos pontos em comum entre as pessoas, isso é o que as conecta.

6) Terminadas as análises observa-se que existe a consciência plena da dificuldade de **comunicar ciência** e o entendimento pela própria prática e experiência do grupo nesta atividade, que é necessário simplificar a informação científica para que ela

[189] No original: *Soziale Phänomene haben, ob es sich nun um Handlungen, Kommunikationsflüsse oder Artefakte, um Werte oder Normen, Gewohnheiten oder Institutionen, Verträge oder Organisationen handelt, einen regelhaften Charakter* (Tradução livre).

[190] No original: *Der Aufstieg der neuen Medien vollzieht sich im Schatten einer kommerziellen Verwertung der einstweilen kaum regulierten Netzkommunikation* (Tradução livre).

seja compreendida pelo grande público. A **comunicação para a saúde** assume com a pandemia, uma visibilidade e proporção muito maiores. As redes sociais digitais nesse processo, assumem-se como meios não só individuais, mas coletivos e cada vez mais estruturados. Há evidências de que as redes sociais digitais, na saúde coletiva, são utilizadas em várias frentes, para além de informar, mobilizar parcerias intersetoriais, aumentar a velocidade do processo de comunicação, aumentar a eficácia e coletar dados qualitativos e quantitativos. As representações sociais de saúde vinculados aos conteúdos das postagens do Instagram aqui analisadas, combinam análise de conteúdo textual e visual, oportunizam algumas análises léxicas para rastrear discursos e disseminar informações, notícias, revelar informações errôneas e possibilitam insights para os usuários desta rede, durante a pandemia. Ao olhar para a **plataforma de comunicação**, composta por todas as redes sociais digitais da Rede Análise, que foram aqui objeto de estudo, pode-se destacar principalmente os impactos sociais sobre os comportamentos em saúde da população e as demandas políticas que surgiram em consequência desta atividade. Os dados quantitativos revelados através de relatórios, painéis e entrevistas, sobre, por exemplo, os números da pandemia, foram utilizados para uma compreensão qualitativa, de como os indivíduos deveriam agir ou para quais situações deveriam estar mais atentos em relação à sua saúde (França, Rabello & Magnano, 2019).

7) As análises também reforçam a importância de uma **literacia científica, mediática e de saúde**. Mostram que a **Rede Análise** (e demais movimentos em saúde) contribuem para a área da educação em saúde, ao desenvolver iniciativas que acabam por ser criativas, inovadoras e pedagógicas dentro da área da saúde. A democratização do conhecimento e uma educação ativa em saúde, podem impactar significativamente a sociedade e inclusive, subsidiar o avanço de políticas públicas, de educação, de formação e de trabalho na área da saúde (França, Rabello & Magnano, 2019).

8) As respostas obtidas no campo da pesquisa, através das entrevistas exploratórias, revelam que existe neste grupo/ movimento uma **força de trabalho**, unindo voluntariamente mais de 60 pessoas num movimento pela informação científica, neste caso atuando na área da saúde. Dentro de um cenário de engajamento e ativismo.

9) Ao analisar tudo o que essa investigação trouxe, uma das principais conclusões inclui as reflexões sobre as **mobilizações sociais e as práticas cidadãs** que unem grupos, seja em movimentos com as mais variadas motivações ou muito específicos, como no caso de uma doença ou como foi com a Covid-19. As pessoas normalmente não entendem qual a necessidade de um movimento até que precisem dele. Ou seja, quando a vida lhe coloca alguma situação que faça o indivíduo se interessar pelo assunto em questão. Seja por motivações políticas, trabalhistas, de classe, de gênero, ambiental (...) ou de saúde: câncer de mama, doenças raras, aborto (...) ou uma pandemia. De modo geral, os movimentos só interessam a nível particular quando um familiar, um amigo ou você se encontre aproximado daquela situação. E então envolve-se, realiza marchas, mobiliza-se, organiza atividades para a conscientização da causa e propagação daquele tema. Os movimentos citados como a Primavera Árabe, Espanha 15M e Geração à Rasca em Portugal representam tantos outros movimentos que servem de apoio para que hoje exista também em maior grau os movimentos em saúde, para Habermas: "Isso requer uma pequena digressão histórica, porque **somente com aqueles atos revolucionários que deram validade positiva aos direitos fundamentais há uma nova medida normativa na consciência dos cidadãos**" (Habermas, 2022, p. 12).[191]Acrescenta que "os movimentos sociais continuam até hoje, conscientizando sobre a inclusão incompleta dos oprimidos, marginalizados e degradados, dos grupos aflitos, explorados e desfavorecidos, classes sociais, subculturas, gêneros, grupos étnicos (...) o pré-requisito para a existência de uma comunidade democrática é que os cidadãos na perspetiva dos envolvidos no processo de realização continuada do inexplorado, vejam os direitos fundamentais que já estão em vigor e positivamente envolvidos" (Habermas, 2022, p. 15-16).[192] Os **movimentos em saúde** são naturalmente enquadrados por um direito fundamental, que é, nomeadamente o

[191] No original: *Dazu bedarf es freilich eines kurzen historischen Exkurses, denn erst mit jenen revolutionären Akten, die Grundrechten positive Geltung verschafft haben, ist ein neues normatives Gefälle in das Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger und damit in die gesellschaftliche Realität selbst eingezogen* (Tradução livre).

[192] No original: *Aber die bis heute fortgesetzten sozialen Bewegungen, die das Bewusstsein für die unvollständige Inklusion der unterdrückten, marginalisierten und entwürdigten, der heimgesuchten, exploitierten und benachteiligten Gruppen, sozialen Klassen, Subkulturen, Geschlechter, Ethnien* (...) *zu den Bestandsvoraussetzungen eines demokratischen Gemeinwesens, dass sich die Bürger aus der Perspektive von Beteiligten in den Prozess einer fortgesetzten Realisierung der unausgeschöpften, aber schon positiv geltenden Grundrechte verwickelt sehen* (Tradução livre).

direito à saúde. Na análise deste da atividade da Rede Análise, não foi diferente, o conteúdo observado mostrou uma intenção muito clara de propagar as informações científicas, para evitar contaminação e consequentemente, evitar mais mortes. Conclui-se deste modo, que viver em uma época de possibilidade de que existam mobilizações, em que se pode reivindicar direitos e expressar-se, ainda que se gere conflitos, é algo construtivo (é o lado positivo da adversidade). Porque as mobilizações em geral, são por uma mudança, por justiça, por alguma reivindicação (...), levam um problema que era em muitos casos, considerado de uma minoria, a um nível mais elevado, que vai criar pontos de ligação com o público. Uma mobilização em algo significa ter várias pessoas ligadas a um mesmo objetivo e dessa forma, acaba por se tornar uma **revolução orgânica**. O simples facto de falar e ser ouvido, estabelece um ato democrático, que possibilita a conversação e cria grupos, que (...) em casos de dissonâncias drasticamente visíveis, pode desencadear uma dinâmica mobilizadora de protestos em massa até retomar hoje a consciência da tarefa construtiva (Habermas, 2022, p. 19).[193]

10) Por fim, tudo isso ganha maior efetividade quando atinge o nível da política e da validação das reivindicações através de políticas públicas, que irão garantir através de legislação, de incentivo em pesquisa científica, em verba pública e em uma melhor preparação para o futuro desta causa ou causas semelhantes. É a garantia constitucionalizada por parte do governo, ainda que a consciência cívica seja aqui um grande destaque. Nesse *case study*, revelou-se especialmente importante, porque teve que suprir uma falta de ação por parte do Estado. Para Habermas,

"O núcleo normativo da constituição democrática, sobretudo no que diz respeito à estabilidade do sistema político, deve estar ancorado na consciência cívica, ou seja, nas convicções implícitas dos próprios cidadãos. Não os filósofos, mas a grande maioria dos cidadãos devem ser intuitivamente convencidos dos princípios da constituição" (Habermas, 2022, p.16).[194]

[193] No original: (...) *in Fällen drastisch sichtbarer Dissonanzen bis heute eine massenhaft mobilisierende Dynamik des Protestes auslösen kann, muss sich ihrer rekonstruktiven Aufgabe bewusst werden* (Tradução livre).

[194] No original: *Der normative Kern der demokratischen Verfassung muss, gerade im Hinblick auf die Stabilität des politischen Systems, im staatsbürgerlichen Bewusstsein, das heißt in den impliziten Überzeugungen der Bürger selbst, verankert sein. Nicht die Philosophen, die Bürgerinnen und Bürger müssen in der großen Mehrheit von den Prinzipien der Verfassung intuitiv überzeugt sein* (Tradução livre).

> E complementa "a política deliberativa não é um ideal rebuscado contra o qual teríamos que medir a realidade "feia", mas sim um pré-requisito para a existência de toda sociedade democrática em sociedades pluralistas" (Habermas, 2022, p. 18).[195]

6.9 Notas finais

Durante estes cinco anos de doutoramento, pude acompanhar inúmeros grupos digitais, alguns bastante representativos e obtive muitos relatos em conversas informais. Para aquele indivíduo ou aquele grupo em específico, a comunidade digital pode ser fundamental. Contribuir com a melhoria de vida de uma única pessoa ou de uma família, já faz com que toda esta tese tenha sentido e valor.

Conversei com uma mãe em particular que possui um filho com autismo, ela mesma obteve o *diagnóstico* inicial pelo Instagram e a partir disso procurou um médico. Esta mãe procurou ajuda com outras mães na mesma rede, e se conecta com vários tipos de canais e pessoas relacionadas a este tema. Como o filho ainda é criança e passa por fases diferentes de crescimento e descobertas, ela faz todo o acompanhamento e esclarece grande parte das dúvidas através do grupo de autismo online, sendo uma pessoa que participa ativamente e conectando-se também a outros grupos ao redor do mundo. No grupo, também são compartilhados ensinamentos para as pessoas que convivem com a pessoa autismo, no que diz respeito a tudo que é necessário para melhorar a convivência. Enfim, para esta família, o grupo digital é uma necessidade e uma facilidade enorme na condução do bem estar de todos e principalmente da criança. E assim tantos outros exemplos que contemplam realidades diferentes, mas que sempre se conectam em alguns pontos. Com isso, verifiquei que existe um campo de estudo com grande potencial para esta área, ainda a ser explorado.

---

[195] No original: *Daher ist deliberative Politik für mich auch kein weit hergeholtes Ideal, an dem wir die schnöde Realität messen müssten, sondern in pluralistischen Gesellschaften eine Existenzvoraussetzung jeder Demokratie, die diesen Namen noch verdient* (Tradução livre).

A nível pessoal, foi absolutamente realizador por efetivamente comprovar a importância que essas *health mobs*, tem na e para a vida das pessoas e o poder transformador que a comunicação tem neste processo, nas suas variadas possibilidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conseguiu-se através de uma extensa variedade de teóricos e linhas de pensamento, referenciar a história da esfera pública com os media e trazer para debates atuais na área da comunicação e saúde. Trouxemos alguns conceitos novos e originais sobre a instantaneidade da *agenda setting* e da sua natureza estrutural, com ênfase no *self*. Bem como uma divisão do fluxo de comunicação em dois sentidos, do macro para o micro (do global para o local) e do micro para o macro (do local para o global).

A comunicação em várias vertentes é sustentada fortemente através de autores clássicos, ou seja, autores das tradicionais teorias da comunicação, como também incluímos visões de autores mais recentes. Optamos por utilizar diversas referências, entendendo que esta pluralidade enriquece fortemente o extenso trabalho de pesquisa realizado.

Ao ver a comunicação sob a ótica da comunidade, comunicação pública, estratégica, digital, comunicação de ciência, de crise e de saúde; bem como o papel dos media, na esfera pública, nas comunidades, nos movimentos sociais e na saúde; e as práticas do jornalismo e das relações públicas dentro deste processo, acreditamos ter possibilitado uma visão bastante completa e aprofundada sobre a temática do estudo.

A esfera pública como objeto de investigação nas Ciências da Comunicação é um campo de estudo clássico, mas que se revela importante à medida que os novos meios de comunicação, vão reestruturando constantemente o espaço público de conversação e debate. A comunicação é uma área de estudos relativamente recente, mas que deu um salto

especialmente nos últimos anos, com os media digitais. Um campo muito amplo, as quais buscou-se trazer as linhas que incidiam diretamente na pesquisa, como a comunicação pública e estratégica. A conceituação sobre redes sociais online e o ativismo que é a forma de participação também foi pesquisado já que é o campo de ação direto dos movimentos sociais e dos grupos digitais de cidadãos. A comunicação e a saúde, foi abordada por uma ótica social e dos media, inclusive buscando entender como é feita a sua mediação. No que se refere aos movimentos, buscamos a história e o contexto, chegando aos primeiros grandes movimentos online, que se realizaram sob forma de manifestação de rua. E que atualmente, a maioria destes grupos buscam mais se organizar apenas de forma digital na prossecução de seus objetivos. Finalizamos a primeira parte com exemplos, tanto de movimentos políticos, como de movimentos digitais de cidadãos na área da saúde, com propósitos variados.

Sobre a parte empírica, tem se a somar que a metodologia e a análise conseguiram elucidar e complementar o referencial teórico. Todas as temáticas apresentadas durante os quatro capítulos do referencial teórico, ganham corpo de análise nos dois capítulos seguintes. Utilizando de várias metodologias e recursos, foi possível levantar dados e informações que foram mais satisfatórios do que o previsto inicialmente. A metodologia foi escolhida com muito cuidado e utilizou-se técnicas e recursos diferentes, com a finalidade de chegar a uma análise que possibilitasse responder com mais precisão a pergunta de pesquisa colocada, bem como os objetivos. Deste modo, a análise efetuada foi bastante completa. A observação identificou o comportamento inicial nas redes sociais online do grupo digital em específico estudado, identificando as opções de caminhos a seguir. As entrevistas com os dois membros do Rede Análise, foram bastante completas e coerentes, trazendo uma explicação concreta de uma vivência dentro de um período histórico, agregando muito valor para a pesquisa, compondo relatos que mereceram destaque. A análise de discurso revelou alguns pontos interessantes, desde as expressões linguísticas utilizadas até o propósito claro identificado através dos discursos dos dois entrevistados. Através da análise de conteúdo, observamos diversas temáticas e frentes que a Rede Análise abordou. Ao analisar várias postagens, vimos por exemplo, muito *fact-checking*, discurso de ódio, eventos, formando um retrato social de um movimento em saúde, dentro de um determinado período de tempo. Com a netnografia e a análise de redes sociais, com o foco no Twitter e Youtube, criamos o mapa de conversação da rede e outros gráficos que possibilitaram verificar o comportamento em rede e complementar a análise,

que por sua vez, caminha para o final, com a triangulação dos dados, em mais cinco diferentes textos e subcapítulos.

Ainda a considerar que um meio de comunicação sempre coexistiu a outro. Nenhum deixou de existir com a criação de um novo meio. Ferrovias, cartas, automóveis, rádio, televisão, internet, todos foram modificando ao longo do tempo. Com esta tese, pudemos observar que organizações, cidadãos, poder público, iniciativa privada, todos podem interagir e se reinventar. As redes sociais online são uma realidade social há mais de uma década. Em termos históricos, isso representa pouco tempo, por isso, certamente sofrerão ainda muitas mutações. Contudo as diferenças na sociabilidade que elas já trouxeram, não são reversíveis e continuarão a acontecer exponencialmente. Há uma nova sociedade que não pode mais ser analisada sem se levar em consideração o avanço tecnológico, especialmente nas constantes novas formas de armazenamento e transmissão de informações.

Percebemos que a comunicação se tornou um aspecto decisivo para o sucesso em todas frentes, desde os negócios aos movimentos sociais. Comunicar-se com qualidade, de modo eficiente e amplo, tem se revelado um pré-requisito para o sucesso de todos que desejam estabelecer relacionamentos duradouros e estáveis com seus parceiros. Qualquer empresa ou cidadão pode construir um processo mobilizador em benefício próprio ou de uma causa social, através de estratégias de Relações Públicas aliadas a outras técnicas.

Não obstante os ideais democráticos continuem a ser prejudicados pelo imperativo de sempre ter mais lucros e isto seja um fator que molda as relações entre os inovadores tecnológicos, os donos de empresa, os governos e as pessoas. Somado ao facto de que o jornalismo e a sua distribuição continuam nas mãos de empresários e gestores que por muitas vezes não exercem as éticas jornalísticas, sendo orientadas pelo consumo. Hoje, outras formas conseguem contrapor e ajudar na disseminação de conteúdo credível. Se a democratização dessa nova cultura popular, auxiliar na democratização do político, através de decisões políticas e debates na esfera pública, como aqui vimos acontecer, caminha-se para uma vitalidade democrática.

Hoje, não somos mais apenas receptores das ideias dominantes e isso altera a lógica da comunicação e permite que todos possam atuar mais no papel de cidadãos. Com as redes sociais online e os debates exaustivamente produzidos, as pessoas acabam por desenvolver uma consciência um pouco mais ampliada. Ainda que antagônicos e que muito do discurso em rede seja pobre em termos de qualidade, o debate público em geral

ajuda a um melhor entendimento dos temas. Com exceção claramente de casos políticos, que envolvem variáveis que estão além de lógicas racionais e envolvem emoções e ideologias. Agora, não apenas olhamos o mundo da perspetiva da nossa janela, mas com informação disponível, podemos lê-lo e entendê-lo de facto, percorrer mais vias. Sendo as ferramentas de comunicação os principais meios que facilitam essa leitura de mundo. A ação e os grupos digitais de cidadãos atuam a partir desse maior conhecimento. Como aqui vimos, por exemplo, o planejamento de projetos reivindicativos em geral, de saúde, de comunicação científica, de apoio a causas diversas, promovem novas formas de exercer a cidadania.

Existe a extensão do campo da comunicação, porque há uma circulação de opiniões acelerada, diminuição de fronteiras sociais, um aprofundamento em uma área que atinge todas as classes sociais. Um domínio incessantemente ampliado em todas as vertentes. Reynié cita Tarde (2005) ao dizer que a imposição autoritária deu lugar a imposição persuasiva, mas que a imposição ainda continua. Se existe dificuldade em sermos verdadeiramente livres, é por causa da servidão, já que os cidadãos dos novos tempos se orgulham de fazer livres escolhas entre as milhares de opções disponíveis, mas em realidade, aquela que ele escolhe e segue é aquela que melhor responde às suas necessidades e vontades, que chegam antes, baseadas no seu passado de obediência e de costumes. Para Reynié (2005), a única coisa que foi alterada na difusão de ideias foi a representação que fazemos delas. Ter isso de forma consciente em mente, é vital para compreender nossas decisões pessoais e perceber que ainda seguimos muitas imposições sociais.

Tarde (2005) diz crer que o que irá preservar a intelectualidade, a arte e o nivelamento democrático, será a força de resistência da humanidade. O controle sobre os códigos simbólicos, a informação e o conhecimento, tornou-se a nova fonte de poder. O espaço público atual, assim como o descrevemos, está longe da primeira abordagem de Habermas, ligada a uma esfera burguesa oitocentista, onde os cidadãos se juntavam em espaços sociais para uma crítica racional. Nestes locais, existia um verdadeiro fórum de debate coletivo, que se orientava para um interesse de todos em relação ao poder e o Estado (Cabo, 2008). A nossa esfera pública é hoje muito mais complexa, com um número de atores e forças que a reconstroem ininterruptamente. Existem grupos que debatem online, outros offline, outros grupos pequenos que exercem pressão sobre os que detém maior poder, grupos que se conectam, grupos que alcançam os media e que por esta via,

influenciam a esfera pública em alguma medida. Existem grupos que se conectam entre si e outros grupos que rebatem e vão contra determinadas ideias. Tornando a esfera pública um emaranhado de nós, mas que continua a ser o palco principal onde tudo acontece.

A polarização dos últimos anos, fizeram com que de alguma forma, a maioria das pessoas se posicionasse, ainda que não expressem essa opinião. Deste modo, para aqueles que dispõem de informação, pode-se dizer que uma total neutralidade ideológica não mais existe, mesmo que os indivíduos não tenham consciência do porquê pensam como pensam. De acordo com a Teoria do agir comunicativo de Habermas, o mundo da vida, assim como as organizações e instituições acabam por serem totalmente impactadas, naquele caso por uma mudança na vida social e isto aparece de diferentes maneiras provocando sempre novas rupturas.

Não tomar decisão nenhuma e não se posicionar, já é se posicionar, pois o silêncio nunca é neutro. É preciso falar sobre os problemas, no que tange a pandemia, estamos falando de um cenário trágico com milhões de mortos por todo o mundo, estamos falando de vacinas, estamos falando de desigualdades sociais. A despolitização nesse caso acaba sendo conivente com injustiças, além do facto de que isto diz muito sobre o privilégio de não precisar se posicionar, de estar numa posição vantajosa que não requer que haja com o que se indignar, afinal a indignação cansa. O posicionamento, ao contrário, serve para defender valores básicos e se conectar com o que está além de você. As possíveis mudanças serão fruto de posicionamentos formando um movimento coletivo (Perestroika, 2021).

Temos uma quantidade muito grande de participação, entretanto uma qualidade do discurso muito fraca. Isso revela que temos como nunca à disposição atributos do mundo técnico, acesso a tecnologia e aos equipamentos, mas ainda falta educação básica, literacias de forma geral. Nas quais aqui podemos destacar a literacia para entender uma notícia falsa, para compreender uma orientação de saúde pública ou para ler um texto científico. A distribuição da tecnologia, a busca por ter sempre equipamentos de última geração, deixa para trás o conhecimento e as habilidades, que demoram mais tempo para se alcançar. Por isso, não é de estranhar o que aconteceu na última década, as polarizações e os fracos discursos online, bem como o discurso de ódio. A tecnologia ofertada e o desejo imposto de consumo por esta tecnologia, foram muito maiores que o desejo imposto por conhecimento. Criando assim uma incongruência social. Se perguntar a um jovem se ele quer um telemóvel de última geração que tem um valor de mercado altíssimo, a resposta de

modo geral, será com certeza afirmativa, porém, se perguntar se o mesmo jovem deseja fazer um curso em uma faculdade, provavelmente isso não terá uma resposta tão certeira e atrativa e levará a dúvidas na resposta. Isso revela as imposições que Tarde (2005) mencionava.

O ser humano está preso a este mundo técnico, que vem substituir muitos vazios, pensando no âmbito coletivo, percebemos que a sociedade vive em melhores condições tecnológicas, mas até que ponto essa evolução também ocorre a níveis morais e éticos? Vivemos em democracia (e a democracia se funda no entendimento entre as pessoas) e existe o direito e a facilidade de se expressar, mas até que ponto há tolerância com a opinião divergente? O meu agir comunicativo, pode ir até que ponto? São questionamentos que se redefinem com a mesma velocidade da internet. Para Rita Espanha (2009), "são as pessoas e não as tecnologias que estão no centro desta visão. O século XXI é das pessoas e da comunicação" (p. 393).

Algumas ações, grupos e movimentos nascem no online, mas quando saem do online para ações diretas no offline é que acabam por se tornar mais perceptíveis na nossa vida. Dahlgren (2015), diz que a web por si só não salvará a democracia. No entanto, apesar de todas as dificuldades e contingências, ela é absolutamente essencial para a participação política no mundo moderno. Nutrir e expandir a solidariedade e engajar-se em políticas eficazes requer mais do que clicar no botão 'Like'.

Esse sentimento de compromisso com o social é provavelmente o que leva as pessoas a participarem de grupos e movimentos locais e de agirem da forma que podem. A área da saúde acaba por ter diversos grupos, pois afeta de um modo muito profundo as pessoas que estão envolvidas. E seguidamente, quem passa por algum problema de saúde muito grave, fica com esse sentimento de compromisso social mais evidenciado, promovendo ações para auxiliar outras pessoas que estão passando pela mesma situação. Essa rede que em muitos casos se cria, torna importante o poder da comunidade local, através de micro ações do cotidiano. Tão importante quanto, são as ações promovidas por Organizações, como a ONU, que divulgam e promovem as políticas públicas, as diretrizes da área da saúde, as maiores preocupações para cada região ou país e vão estar atuando mais a nível de macro ações e disponibilização da informação. As entrevistas com os representantes do grupo digital, evidenciaram ações partindo de dois pontos muito distintos, passando por estruturas e processos diferentes, mas existe um fio que conecta que é chegar ao público.

No âmbito da saúde e, especificamente da Covid-19 e outros como o das doenças raras, os espaços de interação são importantes para que os indivíduos com problemas de saúde similares possam compartilhar suas experiências e se apoiem mutuamente, seja na troca de *insights*[196] ou em reflexões sobre seu processo particular, o que gera um suporte social que poucas vezes ocorre nos consultórios dos profissionais de saúde. As doenças raras pela condição de não ter tanta informação disponível e muitas vezes, até tratamentos cientificamente comprovados, o que faz com que estes grupos digitais tenham ainda mais significado, tanto no apoio mútuo, como na pressão social que os mesmos geram sobre a agenda pública.

As comunidades de saúde online são lugares dinâmicos, onde uma variedade de processos comunicativos, são passíveis de serem observados, os mesmos estão ligados a tensões entre diferentes níveis de acessibilidade, diferentes formas de interação, tensões entre baixa e alta alfabetização em e-saúde, bem como pontos positivos e negativos do da participação dos envolvidos, conflitos entre especialistas e experiência do paciente e assim por diante. Se cruza ainda com outros temas, como as dinâmicas comunicativas, informações de saúde de qualidade, causas e consequências da (des)confiança e (des)informação, empoderamento do paciente e seus efeitos sobre a autogestão de questões de saúde, processos de tomada de decisão, bem como a confiança em especialistas em saúde. Lembrando que os profissionais de saúde também participam destas CSO. Ainda pode-se citar, o potencial dessas comunidades para processos de cocriação no contexto das políticas e negócios de saúde e o papel de informar e chegar a reguladores de saúde e tomadores de decisão.

A comunidade digital analisada, Rede Análise, foi criada num contexto incomum e inesperado. O diagnóstico era de uma doença que poderia causar e causaram milhões de óbitos. A ação tinha que ser imediata e a criação do grupo que em um primeiro momento pode ser simples, acabou por exercer um papel fundamental, juntamente com outros grupos que surgiram na mesma linha de ação. A falta de uma comunicação pública eficaz, somada à falta de conhecimento em geral, criou uma situação onde tudo que se precisava era informação. Através da comunidade científica, as pessoas mais ativas conseguiram também atuarem mais fortemente e conseguindo posições de destaque no cenário das redes sociais, tornando- se os principais influenciadores de saúde. Atuando diretamente na

[196] Percepções, tradução livre.

disseminação da informação e tendo mais relevância dentro deste meio, do que os próprios meios oficiais, como universidades e governos, neste caso.

O grupo digital surge suprindo essa necessidade, não tardou muito para os media tomarem conhecimento do que localmente estavam fazendo, ampliando assim o repertório de ação a entrevistas nacionais e passando a atuar como fontes oficiais para o jornalismo. Com isso, também não tardou para políticos procurarem os membros, para decidirem que medidas de enfrentamento deveriam ser tomadas. Não há como medir o impacto ou a influência em números, mas é inegável que foram enormes. Somados a outros exemplos que conseguimos observar, verificamos que os grupos digitais de cidadãos, utilizando-se de grandes media, têm um impacto fortíssimo na esfera pública, respondendo com firmeza a pergunta de pesquisa colocada.

Esta caminhada é aqui finalizada. Porém e - assim espero – permite que muitas outras caminhadas iniciem a partir daqui.

Contributos inovadores

A presente tese de doutoramento inova:

1. Ao trazer novas perspetivas sobre o fenômeno específico estudado, a partir de uma tese original, que integra uma temática na qual existe uma dificuldade considerável de encontrar discussões teóricas prévias, colaborando deste modo, para um avanço na problematização de todas teorias abordadas.

2. Incentiva o debate acadêmico, gerando reflexões importantes numa temática atual e relevante, bem como o desenvolvimento de novas abordagens. A tese fala sobre áreas de investigação que necessitam de mais atenção e de mais pesquisas acadêmicas.

3. Possui aplicações interdisciplinares, permitindo a integração do debate académico por várias áreas - principalmente nas Ciências da Comunicação, mas inclusive na área da saúde.

4. Gera contributos para as políticas públicas, no sentido de fornecer informações aos decisores políticos, com base em evidências científicas.

5. Motiva a mudança nas práticas profissionais e de grupos digitais em geral, ao considerar que sejam absorvidos conhecimentos e insights a partir do conteúdo aqui fornecido.

6. Explora soluções práticas para problemas da sociedade, ao mostrar várias ênfases do processo de comunicação, com o objetivo de facilitar soluções viáveis para beneficiar a sociedade como um todo, dentro das suas realidades específicas.

Limitações do estudo

Em fase final da tese, pretende-se deixar claras as limitações observadas. O estudo limita-se em função de:

- A pandemia não tem data final, sendo que possam surgir novas variáveis que modifiquem a visão sobre o que aqui foi apresentado.

- Foi estudado apenas um recorte de tempo de um ano para a observação e análise de conteúdo. Logo, foi apresentada uma amostra e não a totalidade de dados, que sempre é mais completa. Ainda assim, foram selecionados alguns *posts* como exemplificação, que também não corresponde ao total e apenas dá uma ideia de como o grupo se organizou.

- Falta de comparativo com algum outro grupo similar, para verificar semelhanças e diferenças.

- Desvantagens da pesquisa qualitativa é que se torna mais difícil afastar a subjetividade, sendo que a pesquisa pode apresentar tendências do pesquisador e dos entrevistados. Uma vez que o/a pesquisador(a) é aquele que projeta as pesquisas e o guião de entrevistas, ele(a) pode administrar questões que induzem a um certo tipo de resposta.

Recomendações / possibilidades de continuidade

Na sequência do item anterior, ficam por fim, algumas sugestões de continuidade do estudo ou ampliação do mesmo. Identificámos que seria interessante algumas abordagens complementares a este estudo.

- Político, estudar pela ótica dos políticos como foi recorrer a estes grupos digitais para tomar decisões.

- Psicológico, a partir do estudo apresentado, buscar entender questões psicológicas da participação nessas comunidades de saúde online.

- Redes Sociais online, aumentar o estudo das redes do grupo estudado, ampliando a quantidade de dados.

- Tornar o estudo além de qualitativo, também quantitativo, para realizar outros tipos de análises.

- Ampliação do estudo realizado, após o término da pandemia, para poder analisar todo o período de tempo.

- Realizar estudo comparativo com algum outro grupo digital similar.

- Alargar a amostra de participantes e entrevistados.

- Realizar inquérito com participantes do grupo ou inquérito com a população em geral sobre a percepção que elas têm deste tipo de comunidades que se geram em prol da saúde. Que credibilidade lhes atribuem? Recorrem a elas para procurar informação? Ou apoio dos seus pares?

- Criar uma Cartilha Informativa Básica de Comunicação para ajudar as pessoas / famílias / grupos e a quem interessar possa, a elaborarem os movimentos online de saúde. Que essa cartilha, apresenta informações de comunicação, redes sociais online e apresenta conceitos básicos, que possam ser de interesse público. Essa cartilha pode apresentar um potencial prático de ação de comunicação a nível de diagnóstico, de informação, até mesmo de acompanhamento de pacientes (do apoio encontrado por eles no ambiente online). Essa cartilha poderia ser em um formato bem didático, criado a partir de algum software como o Canva.

- Desenvolver um site ou uma rede social de movimentos/grupos, ou seja, com a ideia de ao invés de conectar pessoas, se conectem movimentos/grupos. Isto facilitaria tanto a busca por movimentos similares, como também por outros de áreas distintas que uma pessoa possa ter interesse. Neste caso em particular, a ideia seria desenvolver um site chamado *Health Mobs*, onde as próprias pessoas poderiam cadastrar seus movimentos, grupos e afins, tanto por razões de visibilidade, conexão, e inclusive com a finalidade de arrecadação de recursos.

Síntese do estudo

Com o estudo vimos conceitos históricos da relação dos **media** com a **esfera pública**. A partir da teoria desenvolvida por Jürgen Habermas, desenvolveu-se conceitos como opinião pública, democracia e cidadania. Também referindo o jornalismo e relações públicas como práticas no exercício da democracia. Apontamos relações com a questão do agendamento – *agenda setting*, com as mobilizações online e com a saúde.

Na sequência as perspetivas comunicacionais foram abordadas, nas grandes áreas da **comunicação**, internet e **redes sociais online**. Seguimos com outra teoria de Habermas, Teoria do Agir Comunicativo, fundamental para o entendimento das bases de ação que hoje são praticadas. Buscamos observar quais eram as áreas específicas dentro da comunicação que eram mais ligadas a temática da pesquisa e isso levou a que se abordasse a comunicação comunitária, comunicação local x global, comunicação pública e comunicação estratégica. Após passamos para a parte com referência ao online, observando como as redes sociais atuam hoje, fomentando a criação de grupos de pessoas com interesses comuns, a que passou a ser dada a designação de comunidades virtuais. Com isso, falou-se do ativismo na vida cotidiana e do sentimento de pertença, fundamental para a ação.

Saúde foi o foco do capítulo posterior. O mesmo foi inicialmente sustentado por Michel Foucault, com uma breve história da saúde pública. Dito isto, os efeitos sociais da desinformação promovidos por grupos mobilizados e a importância de uma literacia para os media foram abordados, bem como a comunicação de ciência, citando sucintamente a

comunicação numa situação de crise e a relação da **comunicação e saúde**, além de descrever formas como a saúde é mediada e a importância de uma literacia em saúde.

Apresentou-se uma contextualização do cenário das **mobilizações sociais online**. A relação dos movimentos com os media também é colocada, já que eles se conectam quando o movimento atinge o nível de interesse público. Na sequência, descrevemos alguns movimentos ao redor do mundo, no qual chegaram a alterar políticas públicas e reconfigurar questões sociais, como, a Primavera árabe. Com destaque ao final, aos **movimentos na área da saúde**, que se multiplicaram nos últimos tempos, nomeadamente em decorrência da **Covid-19**. Sempre trazendo autores reconhecidos em todas as áreas mencionadas.

As **metodologias** de pesquisa utilizadas foram retratadas na continuação. Houve a apresentação do estudo de caso, com a plataforma online de movimento digital que foi estudado: **Rede Análise**. Em seguida são explicadas as opções metodológicas, tanto para a coleta de dados, como para o tratamento de dados, que foram realizados na **análise**. Nesta, foi exposto o ambiente digital do Grupo Rede Análise e entrevista com dois membros do grupo. Seguiu-se a observação, análise do discurso, análise de conteúdo, netnografia e análise de Redes Sociais. Para por fim, chegar a uma análise mais profunda do poder da comunicação, nas mobilizações online, juntamente com os **grupos digitais de cidadãos** na esfera pública em saúde e nas decisões e **políticas públicas de saúde**.

03 anos de pandemia

Desde que a Covid-19 foi identificada em dezembro de 2019 em Wuhan, na China e classificada como uma pandemia pela OMS em 11 de março de 2020, foram confirmados:

Em Portugal, de 3 de janeiro de 2020 a 6 de abril de 2023, houve 5.576.583 casos confirmados de Covid-19 com 26.450 mortes, relatadas à OMS. Até 12 de março de 2023, um total de 27.741.176 doses de vacina foram administradas.[197]

[197] *World Health Organization* (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/region/euro/country/pt

No Brasil, de 3 de janeiro de 2020 a 6 de abril de 2023, houve 37.258.663 casos confirmados de Covid-19 com 700.239 mortes, relatadas à OMS. Até 31 de março de 2023, um total de 509.318.020 doses de vacina foram administradas.[198]

Globalmente, até 6 de abril de 2023, houve 762.201.169 casos confirmados de Covid-19, incluindo 6.893.190 mortes, relatadas à OMS. Até 4 de abril de 2023, um total de 13.337.398.544 doses de vacina foram administradas. [199]

[198] *World Health Organization* (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/region/amro/country/br

[199] *World Health Organization* (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/

Referências

Acselrad, M., & Mota, S. F. (2011). *Algumas considerações sobre a história e a atualidade do conceito de 'massa' para a teoria da comunicação*. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 5-17, janeiro/junho.

Adorno, T., & Horkheimer, M. [1947] (1969). *Dialética do esclarecimento: Fragmentos filosóficos* (versão online). https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf

Affde. (2021, 06). *Quanto tempo a pessoa média gasta nas redes sociais?* [Blog]. https://www.affde.com/pt/how-much-time-does-the-average-person-spend-on-social-media.html

Andrade, C. T. S. (1989). *Psicossociologia das relações públicas*. Loyola.

Antunes, M. A. (2013, 24 julho). Gabriel Tarde e a Sociologia. *UBI - Universidade da Beira Interior*. http://www.urbi.ubi.pt/pag/11505

Araujo, E.T.H., Almeida, C.A.P.L., Vaz, J.R., Magalhães, E.J.L., Alcantara, C.H.L., & Lago, E.C. (2019): *Use of Social Networks for Data Collection in Scientific Productions in the Health Area: Integrative Literature Review*. Aquichan; 19(2): e1924. DOI: 10.5294/aqui.2019.19.2.4

Araújo, I. S., & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e saúde*. Editora FIOCRUZ.

Arendt, H. (2016). *A condição humana*. 13ª edição. Forense Universitária.

Argenti, P. (2006). *Comunicação empresarial: a construção da Identidade, Imagem e Reputação*. 4ª ed. Elsevier.

Aristóteles. (1998). *A política*. 2 ed. Martins Fontes.

AsQ. (2021). *A mediação tecnológica da saúde através da telemedicina*. https://medicinasa.com.br/telemedicina-asq/20.08.2021

Barros, A., & Duarte, J. (orgs.). (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Bakardjieva, M. (2005). *Sociedade da internet: A internet na vida cotidiana.* Calgary: University of Calgary Press.

Bakardjieva, M. (2019). *A Tale of Three Platforms: Collaboration, Contestation, and Degrees of Audibility in a Bulgarian e-Municipality*. International Journal of Communication 13, 5652–5670.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70 Brasil. Título original: *L'Analyse de Contenu,* Presses Universitaires de France [1977].

Bassette, F. (2020, 09 dezembro). "Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) reduz em R$ 9,2 milhões o preço do remédio mais caro do mundo, o Zolgensma, que é indicado para tratamento de Atrofia Muscular Espinhal". *Site Jornal "O Globo"*. https://oglobo.globo.com/epoca/sociedade/anvisa-reduz-em-92-milhoes-preco-do-remedio-mais-caro-do-mundo-1-24789281

Bauman, Z. (2007). *Tempos líquidos.* Zahar.

Beamish, A. (1995). *Commuties on-line: A Study of Community - Based Computer Networks.* Dissertação de Mestrado em Planejamento de Cidades. Estados Unidos: Instituto de Tecnologia de Massachusetts. https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/11860

Benetti, M. (2008). Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*/ Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores – 2. ed. – 2. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008. Vários autores.

Bragança de Miranda, J. (1996). *O Controlo do Virtual*. http://bocc.ubi.pt/pag/miranda-controlo.html

Bragança de Miranda J. (2010). Activismo em rede, globalização e transdução. In C. Álvares, & M. Damásio (org). *Teorias e Práticas dos Media: Situando o Local no Global*. Edições Universitárias Lusófonas, pp. 251-266.

Bressane, T- (2013, 26 junho). A autocomunicação de massas segundo Castells. Site *Fronteiras do Pensamento*. https://www.fronteiras.com/noticias/a-autocomunicacao-de-massas-segundo-castells-1427130204

Briggs, A., & Burke, P. (2016). *Uma história social da mídia: De Gutenberg à internet.* 3º edição. Jorge Zahar Editor Lda.

Brittos, V. C., & Miguel, J. (2009). *Digitalização e Práticas Sociais*. Editora Unisinos.

Brown, P & Zavestoski, S. (2004). Social movements in health: an introduction Phil Brown and Stephen Zavestoski. *Sociology of Health & Illness*. Vol. 26 No. 6 2004 ISSN 0141– 9889, pp. 679– 694.

Budd, J., Miller, B.S., Manning, E.M. *et al.* Digital technologies in the public-health response to COVID-19. *Nat Med* 26, 1183–1192 (2020). https://doi.org/10.1038/s41591-020-1011-4

Bulhões, G. (2021, 05). Buscas no Google sobre saúde mental disparam no último mês. *Olhar Digital* [Site]. https://olhardigital.com.br/2021/05/11/internet-e-redes-sociais/buscas-no-google-sobre-saude-mental-disparam-no-ultimo-mes/

Cabo, A. I. (2008). *Os novos movimentos sociais e os media: Os movimentos Antiglobalização nas Páginas do Público*. Livros Horizonte.

Cádima, R. F. (2009). A concentração dos media, o pluralismo e a experiência democrática. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Capucho, J. (2019, 02 julho). "Bebé Matilde. Dois milhões angariados, mas tratamento ainda não está assegurado". *Diário de Notícias*. https://www.dn.pt/vida-e-futuro/bebe-matilde-dois-milhoes-angariados-tratamento-nao-assegurado-11068514.html

Cardoso, G. (2013). *A sociedade dos ecrãs*. Edições Tinta-da-china.

Cardoso, G., & Jacobetty, P. (2013). Surfando a crise: culturas de pertença e mudança social em rede. In G. Cardoso, *A sociedade dos ecrãs*. Edições Tinta-da-china.

Cardoso, P. R., Jólluskin, G., & Silva, I. (2021). *A promoção da saúde através das redes sociais: uma análise de boas práticas*. VOL.16 Nº 30. Dossiê temático: Publicidade em tempos de pandemia: novos desafios e abordagens.

Carpentier, N., Melo, A. D., & Ribeiro, F. (2019). *Resgatar a participação: para uma crítica sobre o lado oculto do conceito*. https://journals.openedition.org/cs/1134

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

Castells, M. (2005). *A sociedade em rede: do conhecimento à política* In: Castells, Manuel; Cardoso, Gustavo. Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

Castells, M. (2013). *Redes de Indignação e Esperança. Movimentos sociais na era da Internet*. Zahar, 271 páginas.

Centers for Disease Control and Prevention. (sd.) *e-Health Literacy* [Site]. https://www.cdc.gov/healthliteracy/researchevaluate/eHealth.html

Cerqueira, C. (2015). *As estratégias de comunicação das ONGs de cidadania, igualdade de género e/ou feministas: interconexões entre media mainstream e media sociais*. In G. Gonçalves, & F. Lisboa (Eds.), Dos fundamentos às práticas (pp. 45-62). Labcom. Retirado de http:// www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20150430-2015_09_novos_media_novos_ publicos.pdf

Cerqueira, C., & Magalhães, Sara I. (2017). *Ensaio sobre cegueiras: cruzamentos interseccionais e (in)visibilidades nos media*. ex aequo, 25, 9-20. DOI: 10.22355/exaequo.2017.35.01

César, R. E. (2007). Movimentos sociais, comunidade e cidadania. In M. M. K. Kunsch, & W. L. Kunsch (orgs.). *Relações Públicas comunitárias: a comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora.* Summus.

Cheng, C. & Espanha, R. (2021). Revisão Crítica: Uma Abordagem aos Estudos Sobre o Uso dos *Media* Sociais Durante a Pandemia Covid-19. *Comunicação e sociedade*, 40 | 2021, 149-167.

Cogo, D., & Brignol, L. D. (2011). *Redes sociais e os estudos de recepção na internet*. Revista Matrizes. Ano 4 – nº2, jan./jun. Páginas 75-92.

Congresso Ibero-Americano de Comunicação. (2017). *XV IBERCOM*. ECA/USP – São Paulo / FCH/UCP - Lisboa. 1ª edição. 2018.

Cornelissen, J. (2011). *Corporate Communication: a Guide to Theory and Practice*. Sage.

Correia, J. C. (1998). *Jornalismo e Espaço Público*. Universidade da Beira Interior.

Correia, J. C. (2004). *Comunicação e Cidadania. Os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas.* Livros Horizonte.

Crisóstomo, S., Matos, A. R., Borges, M., & Santos, M. (2017). *Mais participação, melhor saúde: um caso de ativismo virtual na saúde.* OpenEdition Journals. Edição electronica: URL: http://journals.openedition.org/sociologico/1729

Cruz, R. V., & Cerqueira, C. (2017). *SlutWalk goes glocal: estratégias de difusão online no caso português*. https://www.researchgate.net/publication/322821691_SlutWalk_goes_glocal_estrategias_de_difusao_online_no_caso_portugues

Custódio, A. (2020, 13 agosto). "Menina gaúcha com doença rara recebe medicamento nos EUA após campanha solidária milionária". *Site GZH*. https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2020/08/menina-gaucha-com-doenca-rara-recebe-medicamento-nos-eua-apos-campanha-solidaria-milionaria-ckdth1kiu0031013gvdvejozf.html

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. H. (2000). *Effective Public Relations.* 8th edition, printed and electronically reproduced by permission of Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

Dahlberg, L. (2018). *Visibility and the Public Sphere: A Normative Conceptualisation.* Javnost – The public, 25 (1-2), 35-42.

Dahlgren, P. (2009). *Media And Political Engagement: Citizenship, Communication And Democracy.* Cambridge University Press.

Dahlgren, P. (2013). *The Political Web.* Palgrave Macmillan.

Dahlgren, P. (2015). *Web-Based Political Participation*: Engagement, Emotion, Expression, Efficacy. Lund University.

Damásio, M. J. (2009). Actividade e comunicação: o sujeito perante os media. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Debord, G. (2007). *A sociedade do espetáculo.* 1ª edição. Rio de Janeiro: Contraponto.

Del Bianco, N. R. (2011). "Prefácio". In A. C. R. P. Temer (org.), A. P. Rosa, J. Ferreira, L. S. M. Medeiros, M. P. Tondato, & S. A. Tuzzo, *Mídia, Cidadania e Poder*. FACOMB/FUNAPE.

Deleuze, G., & Guattari, F. (2001). *Mil platôs*. Volume 1. Editora 34.

Deloitte. (s.d.). *Connected health: How digital technology is transforming health and social care.* Deloitte Centre for Health Solutions.

Dias, R. (2012, 13 de abril). "Geração à Rasca" receia que lei espanhola contra manifestações chegue a Portugal. *Público*. https://www.publico.pt/2012/04/13/p3/noticia/geracao-a-rasca-receia-que-lei-espanhola-contra-manifestacoes-chegue-a-portugal-1813095

Dicionário Priberam (s.d.). Significado de Comensais [Site]. https://dicionario.priberam.org/comensais

Dicionário Online de Português (s.d.). Significado de persona [Site]. https://www.dicio.com.br/persona/

Di Felice, M. (2007). As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea. In M. M. K. Kunsch, & W. L. Kunsch (orgs.). *Relações Públicas comunitárias: a comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora.* Summus.

Di Felice, M. (2008). *Do público para as redes: a comunicação digital e as Novas Formas de Participação Social*. Difusão.

Di Felice, M. (2018). *Net-Ativismo: da ação social para o ato conectivo*. Paulus.

Duarte, J. (2008). Entrevista em profundidade. In A. Barros, & J. Duarte (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Duarte, M. Y. M. (2008). Estudo de caso. In A. Barros, & J. Duarte (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Durand, Jean-Yves, & Cunha, M. I. (s.d.). *Comunicação, cidadania e aceitabilidade pública na vacinação de rotina*. CRIA/UMinho. http://www.lasics.uminho.pt/diseaseinthenews/?page_id=936

Eiró-Gomes, M., & Garcia, A. (2020). *O papel da comunicação: a utilização das redes sociais nos cuidados de saúde primários*. Comunicação e Sociedade, vol. especial, pp. 197-217. https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2747

El País. (2020, 01 março). "Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização". *Entrevista à Byung-Chul Han*. https://www.facebook.com/elpaisbrasil/posts/2970013109725286

EPI-BRAIN (s.d.). [Site]. https://www.epi-brain.com/

Espanha, R. (2009). A saúde em comunicação. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Estadão (2011, 17 de dezembro). Um ano de Primavera Árabe. https://internacional.estadao.com.br/blogs/olhar-sobre-o-mundo/um-ano-de-primavera-arabe/

Época. (2020, 02 setembro). "Telemedicina avança com necessidade de isolamento social". [Revista]. https://epocanegocios.globo.com/Publicidade/Vivo/noticia/2020/09/tecnologia-e-saude-telemedicina-avanca-com-necessidade-de-isolamento-social.html

Everett, M. G., & Borgatti, S. P. (2014). *Networks containing negative ties*. https://www.researchgate.net/publication/261717147_Networks_containing_negative_ties.

Feenberg, A., & Friesen, N. (2012). *(Re) Inventing the Internet.* Sense Publishers.

Feenberg, A. (2017). *Technosystem: the social life of reason.* Harvard University Press.

Ferraneto, L. A., & Morgado, F. (2020). *Covid-19 e comunicação, um guia prático para enfrentar a crise*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação.

Fernandes, J. G. (2021, 08 novembro). "Precisamos discutir e expandir nosso ecossistema de saúde digital". *Revista Abril*. https://saude.abril.com.br/blog/com-a-palavra/precisamos-discutir-e-expandir-nosso-ecossistema-de-saude-digital/

Ferreira, G. B. (2009). *Comunicação, Media e Identidade: intersubjectividade e Dinâmicas de Reconhecimento nas Sociedades Modernas*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa: Edições Colibri.

Ferreira, M. (2021, 04 fevereiro). A crise das militâncias identitárias: os movimentos sociais não podem se pautar pela mera conformação de uma estética ativista. *Jornal GGN*. https://jornalggn.com.br/artigos/o-bbb-21-e-a-crise-das-militancias-identitarias-por-maite-ferreira/

FM25 Educação e Consultoria. *Os 5 Ps da Estratégia de Mintzberg: Compreenda agora mesmo*. https://www.fm2s.com.br/os-5-ps-da-estrategia-de-minstzberg/

Fidalgo, A. (2009). Especificidade epistemológica do jornalismo: desfazendo uma ilusão do jornalismo-cidadão. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Fonseca Junior, W. C. (2008). Análise de conteúdo. In A. Barros, & J. Duarte (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Fontes-Dutra, M. (s.d.). @mellziland. Twitter [Rede social]. https://twitter.com/mellziland?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Fórum Sociológico, Série II. (2017). *Internet e ativismos em saúde.* OpenEdition Journals. Edição electrónica. http://journals.openedition.org/sociologico

Foss, S. K., & Watters, W. (2016). *Destination dissertation. A traveler's guide to a done dissertation*. 2ª ed. United Kingdom.

Foucault, M. (1997). *A ordem do discurso.* Relógio D'água.

Foucault, M. (2013). *Microfísica do poder.* 27ª. ed. Graal.

Foucault, M. (2014). *As palavras e as coisas*. Edições 70.

França, T.; Rabello, E. T.; Magnano. (2019). *Digital media and platforms in the Permanent Health Education field: debates and proposals*. C. ESSAY. Saúde debate 43. Aug. https://doi.org/10.1590/0103-11042019S109

Fundação Getúlio Vargas. (2018, 14 junho). *Nowcasting e o acompanhamento da atividade econômica em tempo real*. https://blogdoibre.fgv.br/posts/nowcasting-e-o-acompanhamento-da-atividade-economica-em-tempo-real

Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). (2021, 09 de fevereiro). *Covid-19: estudo analisa subnotificação de óbitos e desigualdades regionais*. In: https://portal.fiocruz.br/noticia/covid-19-estudo-analisa-subnotificacao-de-obitos-e-desigualdades-regionais

Gabriel, M., & Kiso, R. (2020). *Marketing na era digital. Conceitos, plataformas e estratégias*. 2ª ed. Editora Atlas.

Garcia, A., & Eiró-Gomes, M. (2021). Comunicação Para a Saúde em Tempos de Pandemia: A Perspetiva dos Utentes do Serviço Nacional de Saúde. *Comunicação E Sociedade*, *40*, 189–203. https://doi.org/10.17231/comsoc.40(2021).3250

Garcia, V. C., Redigolo, F. M., Barros, T. H. B., & Moraes, J. B. E. de. (2019). Política de indexação e seus sentidos: um estudo a partir da Análise do Discurso. *Informação & Informação*, *24*(1), 169–189. https://doi.org/10.5433/1981-8920.2019v24n1p169

Giddens, A., & Sutton, P. W. (2017). *Conceitos essenciais da Sociologia*. 2ª edição. Editora Unesp.

Gil, A. C. (2012). *Métodos e técnicas de pesquisa social.* 6ª edição. Atlas.

Gil, V., & Romero, F. (2008). *Crossumer: claves para entender al consumidor español de nueva generación.* Gestión 2000.

Goldenberg, M. (2002). *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Record.

Gomberg, E., Mandarino, A. C. S., Borges, W. C., Fernandes, A., & Serra, H. (2017). *Internet e Ativismos em Saúde.* OpenEdition Journals. Edição electronica: URL: http://journals.openedition.org/sociologico/1726

Gohn, M. G. M. (1997). *Teoria dos Movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. Edições Loyola.

Gomes, W., Fernandes, B., Reis, L., & Silva, T. (2009). “Politics 2.0”. A campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política, v. 17* – nº 34.

Governo do Estado do Rio Grande do Sul. (2021, 19 março). Live: atualização das ações para combate à pandemia no RS. Youtube [Rede social]. https://www.youtube.com/watch?v=cNgGqjBqoyo

Gragnani, J. (2021, 18 abril). Cientista de dados prevê bomba-relógio com aceleração da Covid-19: “Brasil não está nem perto da queda de casos”. *BBC News Brasil em Londres*. https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56745830

Granado, A., & Malheiros, J. V. (2015). *Cultura científica em Portugal*: Ferramentas para perceber o mundo e aprender a mudá-lo. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Granovetter, M. S. (1973). *The Strength of Weak Ties*. American Journal of Sociology. Vol. 78, No. 6 (May), pp. 1360-1380 (21 pages). Published By: The University of Chicago Press. https://www.jstor.org/stable/2776392

Grunig, J. E., & Kim, Jeong-Nam. (2015). *Health and Risk Message Design and Processing*. www.researchgate.net/profile/John_Ledingham/publication/286265190

Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da Esfera Pública.* 2ª edição. Editora Tempo Brasileiro.

Habermas, J. (2012). *Teoria do agir comunicativo*: racionalidade da ação e racionalização social. Volume 1. WMF Martins Fontes.

Habermas, J. (2012). *Teoria do agir comunicativo*: sobre a crítica da razão funcionalista. Volume 2. WMF Martins Fontes.

Habermas, J. (2022). *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Berlim. Suhrkamp Verlag AG - Edição 2022, edição original. [Uma nova mudança estrutural na esfera pública e na política deliberativa- tradução livre].

Hafner-Fink, M.; & Oblak Črnič, T. (2014). Digital citizenship as multiple political participation? Predictors of digital political participation in Slovenia. *Teorija in Praska,* let. 51, p. 1284-1303.

Han, Byung-Chul. (2019). *Sociedade do cansaço*. Editora Vozes.

Heeter, C. (2000). *Interactivity in the context of designed experiences*. Journal of Interactive Advertising, vol. 1 (1).

Heller, E. (2012). *Psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. Editora Gustavo Gili.

Henriques, M. S. (2007). Ativismo, movimentos sociais e relações públicas. In M. M. K. Kunsch, & W. L. Kunsch (orgs.). *Relações Públicas comunitárias: a comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora.* Summus.

Henriques, M. S. (2005). *Comunicação e estratégias de mobilização social.* Editora Autêntica.

Hermoso, B. (2018, 08 maio). "Não pode haver intelectuais se não há leitores". *Entrevista à Jürgen Habermas, El País*. https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/25/eps/1524679056_056165.html

Hospital Moinhos de Vento. (2021, 13 janeiro). "Hospital Moinhos de Vento aplica terapia inovadora para tratamento de AME pela primeira vez no RS". *Site*. https://setorsaude.com.br/hospital-moinhos-de-vento-aplica-terapia-inovadora-de-r-12-milhoes-para-tratamento-de-ame/#:~:text=janeiro%20de%202021-,Hospital%20Moinhos%20de%20Vento%20aplica%20terapia%20inovadora%20de%20R,milh%C3%B5es%20para%20tratamento%20de%20AME&text=A%20pequena%20%C3%8Dsis%20Mariana%20Cardoso,Atrofia%20Muscular%20Espinhal%20(AME)

Huang, Li-Ting, & Farn, Cheng-Kiang. (2009). *Effects of virtual communities on purchasing decision-making: the moderating role of information activities, proceedings of the Pacific Asia conference on Information Systems (PACIS)*, Association for Information Systems.

Hummel, G. S. (2021, 02 dezembro). "A saúde na era do metaverso". *Revista Abril*. https://saude.abril.com.br/blog/com-a-palavra/a-saude-na-era-do-metaverso/

Infomoney. (n.d). *O que são terrenos no metaverso e (como comprar)?* [Revista]. https://www.infomoney.com.br/guias/terrenos-no-metaverso/

Instagram. *Trend report 2022* [Site]. https://about.instagram.com/blog/announcements/instagram-trends-2022

IstoÉ Dinheiro. (2021). *Dez anos depois da euforia, o que resta da Primavera Árabe*. [Revista]. https://www.istoedinheiro.com.br/dez-anos-depois-da-euforia-o-que-resta-da-primavera-arabe/

Johns Hopkins University & Medicine. (s.d). *Coronavirus (COVID-19) Information and Updates*. https://www.hopkinsmedicine.org/coronavirus/index.html

Jucá, B. (2021, 28 maio). "Pesquisa que rastreia redes sociais aponta que próxima onda da pandemia será mais grave no Brasil". *El País*. https://brasil.elpais.com/brasil/2021-05-28/pesquisa-que-rastreia-redes-sociais-ja-aponta-que-a-proxima-onda-da-pandemia-sera-ainda-mais-grave-que-as-anteriores-no-brasil.html

Kauffman, D. (2012). *A força dos "laços fracos" de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço*. (Online): Galaxia, n.º 23, jun.

Kakutani, M. (2018). *A Morte da Verdade. Notas Sobre a Mentira na Era Trump*. Editora intrínseca.

Kiousis, S. (2002). *Interactivity: a concept explication*. New Media & Society, vol. 4 – n.º 3.

Kotler, P., Setiwan, I. & Kartajaya, H. (2010). *Marketing 3.0. As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.* Campus.

Kozinets, R. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online.* PENSO -ARTMED.

Kunsch, M. M. K. (2011). *Comunicação pública, sociedade e cidadania.* Difusão Editora.

Kunsch, M. M. K., & Kunsch, W. L. (orgs.). (2007). *Relações Públicas comunitárias: a comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora.* Summus.

Leal, L. P., & França Filho, G. C. de. (2020). Solidariedade Democrática em Movimento: respostas à grande crise da pandemia de Covid-19. *NAU Social*, *11*(21), 281–291. https://doi.org/10.9771/ns.v11i21.38630

Lemos, André. (2007). *Mídia Locativa e Territórios Informacionais*. Universidade Federal da Bahia. https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf

Lévy, P. (1993). *Cibercultura.* Editora 34.

Lévy, P. (2001). *A conexão planetária*: o mercado, o ciberespaço, a consciência. Editora 34.

Liga Insights (s.d.). *Crowdsourcing: o que é, benefícios, e exemplos para você se inspirar*. https://insights.liga.ventures/inovacao/crowdsourcing/

Lopes, F. & Fernandes, L. (2012). À procura de uma vibrante esfera pública da saúde através da análise da imprensa portuguesa. In S. Marinho (org.), T. Ruão, F. Lopes, Z. P. Coelho, & L. Fernandes, *Olhares Cruzados sobre Comunicação na Saúde: relatório de um debate*. Livro eletrônico. Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

López, J. C. J. (2011). Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In M. M. K. Kunsch (Org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul (SP): Difusão.

Loureiro, L. M. N. S. (2011). *O ecrã da identificação.* Universidade do Minho: Instituto de Ciências Sociais.

Lupton, D. (2015). Health promotion in the digital era: a critical commentary. *Health Promotion International*, Volume 30, Issue 1, March 2015, Pages 174–183, https://doi.org/10.1093/heapro/dau091

Magalhães, M. (2018). *Net-ativismo e Ações Colaborativas nas Redes Sociais Digitais.* [Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Universidade Nova de Lisboa. https://run.unl.pt/bitstream/10362/28840/1/Tese%20de%20doutoramento_Marina%20Magalhaes%20de%20Morais.pdf

Magalhães, M. (2019). *Sentir em rede: net-ativismo estético na ação colaborativa Letters to the Earth.* PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG. v.9, n.18: nov. https://eba.ufmg.br/revistapos

Marinho, S. (org.), Lopes, F., Ruão, T., Coelho, Z. P., & Fernandes, L. (2012). *Olhares Cruzados sobre Comunicação na Saúde: relatório de um debate*. Livro eletrônico. Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Marinho, S., & Ruão, T. (2012). Linhas para um projeto de formação em Comunicação na Saúde: as propostas do debate. In S. Marinho (org.), T. Ruão, F. Lopes, Z. P. Coelho, & L. Fernandes, *Olhares Cruzados sobre Comunicação na Saúde: relatório de um debate*. Livro eletrônico. Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

McCombs, M. (2009). *A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. Editora Vozes.

McMilan, S.J., & Hwang, J.S. (2002). "Measures of perceived interactivity: An exploration of the role of direction of communication, user control, and time in shaping perceptions of interactivity". *Journal of Advertising*, 29-42.

Melo, M. C., & Vasconcelos-Silva, P. R. (2018). *Uso de comunidades virtuais no suporte a portadoras de câncer de mama.* Instituto Nacional de Câncer, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Mello, P. C. (2020). *A máquina do ódio, notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. 1ª ed. Companhia das Letras.

Melucci, A. (1996). *Challenging codes.* Cambridge University.

Mendes, G. (2022, 04 janeiro). "Bolsonaro deu sete informações falsas ou distorcidas por dia em 2021, indica Aos Fatos". *Congresso em Foco* [Site]. https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/bolsonaro-deu-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/

Meyer, D., & Tarrow, S. (ed.). (1998). *The social movement society: contentions politics for a new century.* Rowman & Littlefield.

Mintzberg, H. (2004). *Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico*. Editora Bookman.

Mintzberg, H. (2005). *Criando Organizações Eficazes: Estruturas em cinco configurações*. 2ª edição. Editora Atlas.

Mintzberg, H. (2015). *Renovação radical: uma estratégia para restaurar o equilíbrio e salvar a humanidade e o planeta*. Tradução Francine Faccin Esteves. Bookman.

MLabs. (2021). "Relatório de Engajamento do Facebook e Instagram". https://b-young.me/wp-content/uploads/2021/04/Relatorio-de-Engajamento-2021-Facebook-e-Instagram.pdf

Moreno, D. (s.d.). *Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais*. [Blog]. Agência Visia. https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/

Não me Kahlo. (2020, 15 de junho). [Blog]. *Uma leitura sobre a banalidade do mal, de Hannah Arendt*. https://naomekahlo.com/uma-leitura-sobre-a-banalidade-do-mal-de-hannah-arendt/

Nicolescu, B. (2005). *O Manifesto da Transdisciplinaridade.* 3ª ed. TRIOM. Título original: *Transdisciplinarité Manifeste*.

Noelle-Neumann, E. (2019). *A Espiral do Silêncio - Opinião Pública: Nosso Tecido Social*. 1ª edição. Estudos Nacionais.

Nutbeam D. (2009). Defining and measuring health literacy: what can we learn from literacy studies? *Int J Public Health*. 54(5):303-5. doi: 10.1007/s00038-009-0050-x. PMID: 19641847. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19641847/

O Estado de São Paulo, redação [Jornal Estadão]. (2021, 18 março). "Live Coronavírus: Estadão entrevista Mellanie Fontes-Dutra, coordenadora da Rede Análise Covid-19". https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,live-coronavirus-estadao-entrevista-mellanie-fontes-dutra-coordenadora-da-rede-analise-covid-19,70003651587

Organização das Nações Unidas Brasil. (s.d.). *Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil*. [Site]. https://brasil.un.org/pt-br/sdgs

Organização Não-Governamental Doutores da Alegria. (s.d.). [Site]. https://doutoresdaalegria.org.br/ Acesso em: 06/2018.

Organização Pan-Americana da Saúde. (s.d.). *Folha Informativa sobre COVID.* [Site]. https://www.paho.org/pt/covid19

Organização Pan-Americana da Saúde. (s.d.). *Histórico da pandemia de COVID-19*. [Site]. https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19

Paisana, M., & Cardoso, G. (2013). A literacia como cultura dos media. In G. Cardoso, *A sociedade dos ecrãs*. Edições Tinta-da-china.

Pancini, L. (2021, 17 março). "Divulgadores científicos lutam contra desinformação 1 ano após pandemia". *Revista Exame*. https://exame.com/ciencia/divulgadores-cientificos-lutam-contra-desinformacao-1-ano-apos-pandemia/

Pedro, A. R., Amaral, O., & Escoval, A. (2016). Literacia em saúde, dos dados à ação: tradução, validação e aplicação do European Health Literacy Survey em Portugal, *Revista Portuguesa de Saúde Pública*, Volume 34, Issue 3, Pages 259-275, ISSN 0870-9025, https://doi.org/10.1016/j.rpsp.2016.07.002. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0870902516300311

Pereira Neto, P. (2009). Inovação técnica e continuidade social. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Perestroika, Escola de Metodologias Criativas. (2021, 28 novembro). "Ficar em cima do muro já é se posicionar: o silêncio nunca é neutro". *Post Instagram Perestroika*. https://www.instagram.com/p/CYBwXPcJWPE/

Pérez, D. (2021, 14 de maio). 15M: origen, significado y qué fue el movimiento de los indignados del 15 de mayo: Mañana se cumplirá el décimo aniversario del Movimiento 15M, un acontecimiento histórico trascendental en la historia política y social española. *Diario AS España*. https://as.com/diarioas/2021/05/14/actualidad/1620989259_994666.html

Peruzzo, C. M. K. (2003). *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária*. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona-Lusocom, 141-62.

Peruzzo, C. M.K. (2004). *Comunicação nos movimentos populares*: a participação na construção da cidadania. 3 ed. Vozes.

Peruzzo, C. M. K. (2006). *Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária*, apresentado no Núcleo de Pesquisa "Comunicação para a Cidadania", do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom/UNB, 6 a 9 de setembro.

Petracci, M. (2004). *Comunicación y salud: un campo diverso y pujante*. In Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas/Departamento de Relações públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. 247 – V. 1, n. 1.

Comunicação e Saúde. São Paulo: ECA-USP/PPGCom/Gestcorp, Abracorp. https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139127/134479

Pinheiro, D. S. J. (2018). *A contribuição dos movimentos sociais para o reequilíbrio dos sistemas*. Canoas, v. 6, n. 1. http://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/cippus

Pinho, J. B. (2003). *Relações públicas na internet*: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. Summus.

Piovesan, A. Temporini, E. R. *Rev. Saúde Pública* 29 (4). Ago 1995. https://doi.org/10.1590/S0034-89101995000400010

Pissarra Esteves, J. P. (2007a) Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. *Revista InTexto, vol. 17*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Pissarra Esteves, J. P. (2007b). Internet e Democracia: Estado e Sociedade Civil perante os novos desafios da comunicação política**.** *Media & Jornalismo, n.º 10*, MinervaCoimbra.

Pissarra Esteves, J. (2021). "Depoimento". In J. Duarte (org.), *Comunicação pública na prática [livro eletrônico]: depoimentos*. Aberje, ABCPública.

Plugcitarios. (2021, 03 de novembro). O surgimento das redes sociais ao longo do tempo. *Post* @plugcitarios. https://www.instagram.com/p/CV1SjaWl_yV/

Portal do Marketing (s.d.). [Site]. http://www.portaldomarketing.net.br/

Primo, A. (1997). *A Emergência das Comunidades Virtuais.* Texto apresentado no Gt de Teoria da Comunicação no XX Congresso da Intercom - Santos/SP. http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/comunidades_virtuais.pdf.

Primo, A. (2007). *Comunicação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Editora Sulina.

Primo, A. (org.). (2013). *Interações em rede.* Sulina.

Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked: the new social operating system*. Cambridge: MIT Press.

Ramos, R. (2021, 19 março). "Sem restrições de mobilidade podemos chegar a 4 mil mortes diárias", estima coordenador da Rede Análise Covid-19. *Jornal "O Globo"*. https://oglobo.globo.com/saude/coronavirus/sem-restricoes-de-mobilidade-podemos-chegar-4-mil-mortes-diarias-estima-coordenador-da-rede-analise-covid-19-24930983

Recuero, R. (2001). *Comunidades virtuais: Uma abordagem teórica*. Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, no GT de Comunicação e Tecnologia das Mídias, promovido pela PUC/RS.

Recuero, R. (2004). *Redes sociais na internet*: *considerações iniciais*. Artigo científico enviado para o Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Comunicação e Informação do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII INTERCOM, Porto Alegre/RS.

Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Editora Sulina.

Recuero, R. (2014). *Redes sociais na internet*. 2ª ed. Editora Sulina.

Recuero, R., Bastos, M., & Zago, G. (2015). *Análise de Redes para Mídia Social*. Editora Sulina.

Rede Análise (s.d.). [Facebook]. https://www.facebook.com/groups/653052821908958

Rede Análise (s.d.). [Instagram]. https://www.instagram.com/analise.covid19/

Rede Análise (s.d.). [Site]. https://redeaanalisecovid.wordpress.com

Rede Análise (s.d.). [Twitter]. @redeanalise. https://twitter.com/redeanalise

Rede Análise (s.d.). [Youtube]. https://www.youtube.com/c/redeanalisecovid19

Rede Análise (s.d.). [Youtube]. *Atualizações da pandemia: Março de 2021*. https://www.youtube.com/watch?v=uYRnK1nJBu8&t=29s

Rede Análise (s.d.). [Youtube]. *Dados da Pandemia: Uma verdade inconveniente*. https://www.youtube.com/watch?v=XckFqIte-XY&t=358s

Rede Análise (2021, 22 de dezembro). [Youtube]. *Variante Ômicron, Apagão de Dados e Vacinação infantil*. https://www.youtube.com/watch?v=WNyW80zINw8&t=151s

Rezende, M. O. (s.d.). [Site]. "Pierre Bourdieu"; *Brasil Escola*. https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/pierre-bourdieu.htm

Révillion, A. S. P. (2003). A Utilização de Pesquisas Exploratórias na Área de Marketing. RIMAR - *Revista Interdisciplinar de Marketing*, v.2, n.2, p. 21-37, Jul./Dez.

Rheingold, H. (1996). *A comunidade virtual.* Gradiva.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Basic Books.

Rheingold, H. (2014). *Net Smart. How To Thrive Online.* MIT PRESS LDA.

Ribeiro, E. A., Borba, J., & Hansen, J. R. (2016). Participação on-line e off-line no Brasil: relações e condicionantes. *Rev. Serv. Público Brasília 67* (4) 497-523 out/dez.

Ribeiro, V. (2016). *Assessores de imprensa e jornalistas: perspectiva teórica sobre o pragmatismo das fontes profissionais de informação na indução de notícias*. Edições Afrontamento.

Rock Content. (2018, 30 novembro). *O que são e como fazer Dark Posts no Facebook*. [Blog]. https://rockcontent.com/br/blog/dark-post/

Rodrigues Bastos, M. H., de Oliveira, U. R., de Rezende Souza, T. C., dos Santos, R. F., & Lago, M. M. do. (2019). *Análise de discurso e Análise de Conteúdo: Um levantamento de suas aplicações nas ciências aplicadas membros da Administração* / Discourse Analysis and Content Analysis: A survey of their applications in the applied sciences members of the Administration. *Brazilian Journal of Development*, *5*(11), 26302–26322. https://doi.org/10.34117/bjdv5n11-265

Rolando, S. (2010). *La comunicazione pubblica per una grande società*: ragioni e regole per un migliore dibattito pubblico. Milano: Etas libri.

Rosa, A. R., & Mendonça, P. (2011). *Movimentos sociais e análise organizacional: explorando possibilidades a partir da teoria de frames e a de oportunidades políticas*. Organizações & Sociedade. 18 (59). Dez. https://doi.org/10.1590/S1984-92302011000400005

Ruão, T. (2012). Fontes e Assessorias em Saúde: duas faces da mesma moeda? In S. Marinho (org.), T. Ruão, F. Lopes, Z. P. Coelho, & L. Fernandes, *Olhares Cruzados sobre Comunicação na Saúde: relatório de um debate*. Livro eletrônico. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Ruão, T., & Fernández-Souto, A. B. (Ed.). (2020). *Relações Públicas Avançadas*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Ruão, T., Gomes, S., & Silva, S. (2020). *Comunicação em Saúde: a cobertura mediática e a gestão da crise COVID-19 numa universidade*, RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 7, núm. 14, 54-77. https://doi.org/10.24137/raeic.7.14.3

Santos, B. S. (2001). *Pela mão de Alice*: o social e o político na pós-modernidade. 8ª ed. Cortez Editora.

Santos, B. S. (2020). *A cruel pedagogia do vírus* (recurso eletrônico). 1ª ed. Boitempo.

Saramago, J. (2015). *A Jangada de Pedra*. Porto Editora.

Schrarstzhaupt, I. (s.d.). @schrarstzhaupt. [Twitter]. https://twitter.com/schrarstzhaupt?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Schrarstzhaupt, I., & Bragatte, M. (2021). *Painel Google Mobility/Sintomas*. Rede Análise Covid-19/Serrapilheira. http://bit.ly/Rede_MobilidadeSintomas. Acesso em 11/01/2022.

Schwarzenegger, C., Koenen, E., & Venema, N. (2022). *The Transformation of Public Dissent: From Counter-Publics Spheres and Alternative Media to Disinformation Ecologies?* https://ecreahistorysection.com/2022/01/10/cfp-ecrea-communication-history-section-pre-conference-october-6-7-2022/#more-843

Science Pulse (s.d.). [Site]. https://www.nucleo.jor.br/sciencepulse/

Scherer, C. A. (2016). *Mobilização Online: um comparativo das Plataformas LXamanhã e Nexthamburg*. [Dissertação de mestrado Universidade Nova de Lisboa]. 121 páginas. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Universidade Nova de Lisboa. https://run.unl.pt/bitstream/10362/19669/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Mestrado%20PT%20-%20C%C3%A1ssia%20Scherer.pdf

Scherer-Warren, I. (1999). *Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização*. Editora Hucitec.

Scherer-Warren, I. (2005). *Redes de movimentos sociais.* 3ª ed. Edições Loyola.

Scherer-Warren, I. (2005). *Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información.* Nueva Sociedad, n. 196, mar-abr.

Serapioni, M. (2016). *A participação pública no sistema de saúde português*. Este artigo tem beneficiado do financiamento da Fundação para a Ciência e Tecnologia de Portugal. (SFRH/BPD/98655/2013).

Serrano, C. (2022, 14 janeiro). “Covid-19: por que a ômicron é tão contagiosa e outras 6 perguntas sobre a variante”. *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/portuguese/geral-59984017

Simonds, S. K. (1974). *Health Education as Social Policy.* Health Education Monographs. 2(1_suppl):1-10. doi:10.1177/10901981740020S102 https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10901981740020S102

Smedley, T. (2021, 25 dezembro). “Como as vacinas de RNA que nos salvaram da covid-19 podem derrotar outras doenças”. *BBC Future*. https://www.bbc.com/portuguese/geral-59776857

Soares, V. (2019, 17 novembro). “Internet pode ajudar pacientes e médicos em diagnóstico de doenças raras. A falta de profissionais especializados e o acesso limitado a informações dificultam a consulta tradicional”. *Jornal “Correio Braziliense”*. https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2019/11/17/interna_ciencia_saude,806902/internet-pode-ajudar-pacientes-e-medicos-em-diagnosticos.shtml

Souza, K. (2020, 11). *A cada segundo, 14 pessoas começam a usar uma rede social pela 1ª vez.* Revista Exame. https://exame.com/marketing/a-cada-segundo-14-pessoas-comecam-a-usar-uma-rede-social-pela-1a-vez/

Spinks, D (s.d.). David Spinks [Blog]. https://davidspinks.com/

Statista (s.d.). [Site]. https://www.statista.com/

Suhrkamp Verlag AG (2022). [Site]. *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik - Jürgen Habermas.* https://www.suhrkamp.de/buch/juergen-habermas-ein-neuer-strukturwandel-der-oeffentlichkeit-und-die-deliberative-politik-t-9783518587904

Tarde, G. (2005). *A opinião e as massas*. 2ª ed. Martins Fontes.

Telemedicine summit. (2021). [Congresso]. https://www.telemedicinesummit.com.br/

Teixeira Netto, J.; Pimentel, Z. A.; Romano, M. R. V. R. Digital inclusion and health literacy: the education experience in times of Covid-19 Pandemic. *Research, Society and Development*, *[S. l.]*, v. 11, n. 3, p. e11011326415, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i3.26415. https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/26415

Temer, A. C. R. P. (org.), Rosa, A. P., Ferreira, J., Medeiros, L. S. M., Tondato, M. P., & Tuzzo, S. A. (2011). *Mídia, Cidadania e Poder*. Goiânia: FACOMB/FUNAPE.

Tinder Foundation. (s.d.). *Improving digital health skills in communities*: Findings from the Evaluation of Years 1 and 2 of the Widening Digital Participation programme. NHS England.

The European Health Literacy Survey. (s.d.) [Site]. *https://www.healthinformationportal.eu/european-initiative/european-health-literacy-survey*

Thompson, J. (2011). *Los límites cambiantes de la vida pública y privada*. Comunicación y Sociedade, Nueva época, núm. 15, janeiro-junho, p. 11-42.

TrendWatching, & Business of Purpose. (2021). [Site]. *Covid Innovations*. https://www.covidinnovations.com/

Torres, E. C. (2009). Utopia, determinismo e usos sociais daquilo a que chamamos media. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Torres, N. C. (2009). I-Pátio. In G. Cardoso, R. F. Cádima, & L. L. Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros presentes*. Obercom & Quimera.

Toro, J. B., & Werneck, N. M. D. F. (2007). *Mobilização Social: Um modelo de construir a Democracia e a Participação*. Autêntica Editora.

Touraine, A. (2004). *O pós-socialismo*. Brasiliense.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.* Insular.

Traquina, N. (org.). (2010). *Do chumbo à era digital: 13 leituras do jornalismo em Portugal*. CIMJ: Livros Horizonte.

Tuzzo, S. A. (2011). Análise midiática da campanha de Marconi Perillo, para o governo do Estado de Goiás. In A. C. R. P. Temer (org.), A. P. Rosa, J. Ferreira, L. S. M. Medeiros, M. P. Tondato, & S. A. Tuzzo, *Mídia, Cidadania e Poder*. FACOMB/FUNAPE.

University of Maryland. Facebook. (s.d.). *The University od Maryland Social Data Science Center Global COVID-19 Trends and Impact Survey in partnership with Facebook*. [Site]. https://covidmap.umd.edu/

Ventura, M. M. (2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa Pedagogia Médica. *Rev SOCERJ*. 20(5):383-386 setembro/outubro.

Vicari, S. Cappai, F. (2016). *Health activism and the logic of connective action. A case study of rare disease patient organisations*. Inf Commun Soc. Nov 1; 19(11): 1653–1671. Published online 2016 Mar 21. doi: 10.1080/1369118X.2016.1154587

Virilio, P. (2000). *Cybermonde: la politique du pire.* Textuel, Paris, 1996. Tradução portuguesa: *Cibermundo: A Política do Pior.* Francisco Marques. Relógio d'Água. (Utilizamos a tradução portuguesa).

VV.AA. (2012). *Democracia Distribuída – Miradas da Universidad Nómada*. Espanha: Universidad Nómada.

Weber, Max. (1987). *Conceitos Básicos de Sociologia*. Editora Moraes.

World Health Communication Associates. (s.d.) [Site]. https://www.whcaonline.org/

World Health Organization (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/

World Health Organization (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/region/amro/country/br

World Health Organization (s.d.). [Site]. https://covid19.who.int/region/euro/country/pt

Wolton, D. (1996). As contradições do espaço público mediatizado, in *Revista de Comunicação e Linguagens* – Comunicação e Política, Cosmos, nº21-22, p. 169.

Wottrich, L. & Rosário, N. M. (2022). *Experiências metodológicas na comunicação* / Laura Wottrich (Coordenador), Nísia Martins do Rosário (Organizador). – São Paulo: Pimenta Cultural. Livro em PDF ISBN 978-65-5939-551-4 DOI 10.31560/pimentacultural/2022.95514

Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre, RS: Bookman.

Zémor, P. (2012). As formas da comunicação pública [p. 214-245]. In J. Duarte (Org.), *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 3. ed. Atlas.

Obras de apoio:

Aaker, D., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Pesquisa de Marketing.* Editora Atlas.

Arendt, H. [1993] (2002). *O que é política?* Fragmentos das Obras Póstumas compilados por Ursula Ludz. 3ª ed. Bertrand Brasil (versão online).

Bakardjieva, M., & Konstantinova, N. (2021). *Politics vs. Antipolitics in the Mediatised Public Sphere: Traversing the Contested Boundary between the Civic and the Political in Bulgaria*, Javnost - The Public, 28:1, 20-35. DOI: 10.1080/13183222.2020.1839838

Bauman, Z. (2009). *Vida Líquida*. 2ª edição. Jorge Zahar Editor Lda.

Cádima, R. F., & Faustino, P. (2012). *Políticas Públicas, Estado e Media*. FormalPress.

Carpentier, N. (Edited). (2019). *Respublika – Experiments in the performance of participation and democracy*. Publisher NeMe.

Cerqueira, C., & Lamy, S. (2018). *Vozes plurais, a comunicação das organizações da sociedade civil.* Documenta.

Dahlgren, P. (2005). *The Internet, Public Spheres, And Political Communication – Dispersion And Deliberation.* Political Communication, 22:147-162. Taylor & Francis Inc.

Fuchs, C. (2017). *Social Media - A critical introduction.* SAGE Publications. www.sagepublishing.com - 2ª edição.

Garcia, E. (2005). *Marketing na Saúde. Humanismo e Lucratividade.* AB.

Latour, B. (2000). *Ciência em ação. Como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. Editora UNESP. Título original: *Science in action*.

León, M., Jiménez, M., Vidal, N., Bermúdez, K. & De Vos, P. (2020). *The role of social movements in strengthening health systems: The experience of the National Health Forum in El Salvador (2009–2018)*. International Journal of Health Services, 50(2), pp. 218-233.

Lopes, F., Santos, C. A., Peixinho, A.T., Magalhães, O. E. & Araújo, R. (2021). *Covid19: Uma pandemia que reconfigura o jornalismo?* Revista Media & Jornalismo, 21(39), 57–75. https:// doi.org/10.14195/2183-5462_39_3

Magalhães, M. (2021). *"Nossos sonhos não cabem nas urnas": a crise da política e o net-ativismo*. Marca de Fantasia.

Maia, R., & Castro, M. C. P. S. (ORG). (2006). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas.* Editora UFMG.

McMillan, S. J., & Hwang, Jang-Sun. (2002). *Measures of perceived interactivity*: An exploration of the role of direction of communication, user control, and time in shaping perceptions of interactivity**.** *Journal of Advertising*, vol. 31 – n.º 3.

Medina, C. (2008). *Ciência e Jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. Summus.

Mintzberg, H. & Quinn, J. B. (2001). *O processo de estratégia.* 3 ed. Bookman.

Negra, C. A. S., & Negra, E. M. S. (2003). *Manual de Trabalhos Monográficos de Graduação, Especialização, Mestrado e Doutorado.* Editora Atlas.

Neveu, É. (2006). *Sociologia do jornalismo.* Loyola.

Nunes, T. F. G. (2017). *Estratégias de Comunicação de Organizações do Terceiro Sector: Doença de Alzheimer e outras Demências em Portugal* [Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Instituto Universitário de Lisboa]. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/13692/1/Tatiana%20NuneTese%20de%20Doutoramento%202017.pdf

Ortega Y Gasset, J. (2002). *A rebelião das massas.* Martins Fontes.

Pissarra Esteves, J. (2003). *Espaço Público e Democracia. Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais.* Cadernos Universitários.

Pissarra Esteves, J. (2010). Novos Media e Deliberação: sobre redes, tecnologia, informação e comunicação. *Revista Científica de Información y Comunicación, n.º 7*, "Estudios Culturales Iberamericanos – El Desierto y la Sed II".

Pissarra Esteves, J. (2011). *Sociologia da Comunicação*. Fundação Calouste Gulbenkian.

Pissarra Esteves, J. (2012). Opinião Pública e Mídias Sociais: Deliberação nas Novas Redes de Comunicação e Interação. In I. L. Oliveira; & M. Marchiori (org.s), *Redes Sociais, Comunicação, Organizações*. Difusão Editora.

Poole**,** M. (1995). *Princípios e Valores na Educação Científica.* Instituto Piaget. Título original: *Beliefs and Values in Science Education*.

Punch, K. (2000). *Developing Effective Research Proposals Essential Resources for Social Research.* University of Western Australia.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community.* Touchstone Books/Simon & Schuster. https://doi.org/10.1145/358916.361990

Rafaeli, S. (1988). Interactivity: from new media to communication. In: Hawkins, Robert P.; Wiemann, John M.; Pingree, Suzanne (eds.), *Advancing communication science: merging mass and interpersonal process.* Newbury Park, CA: Sage.

Recuero, R. (2014). *Métricas de Centralidade e Conversações em Redes Sociais na Internet: Desvelando Estratégias nos Debates Presidenciais de 2014*. VIII Simpósio Nacional da ABCiber. Comunicação e Cultura na Era de Tecnologias Midiáticas Onipresentes e Oniscientes. ESPM-SP.

Rothberg, D. (2011). *Jornalismo público. Informação, cidadania e televisão.* Editora UNESP.

Santaella, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. Paulus, Coleção Comunicação.

Santos, B. S. (2010). *Um discurso sobre as ciências.* 7 ed. Cortez.

Serva, L. (2005). *Jornalismo e desinformação*. 3ª ed. Editora SENAC São Paulo.

Silva, M. O. (2011). *Era tudo mentira, a verdade jornalística.* Intermeios.

Silva, M. J. P. (2003). *Comunicação tem remédio: a comunicação nas relações interpessoais em saúde*. 2ª ed. Edições Loyola.

Tanner, A. H., Friedman, D. B., & Zheng, Y. (2015). Influences on the Construction of Health News: The Report ing Practices of Local Television News Health Journalists. *Journal of Broadcast ing & Electronic Media, 59:2*, 359-376.

Tomasi, C., & Medeiros, J. B. (2008). *Comunicação científica: normas técnicas para redação científicas*. Atlas.

Träsel, M. (2014). *Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker*. https://www.researchgate.net/publication/314733964_Jornalismo_guiado_por_dados_aproximacoes_entre_a_identidade_jornalistica_e_a_cultura_hacker

Troiano, J. (2017). *Brand Intelligence*. Estação das Letras e Cores.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Fluxo de Comunicação em duas vias 48
Tabela 02: Grelha - Objetivos de investigação 171

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Fases e níveis de avaliação 59
Figura 02: Progressão histórica das redes sociais online 68
Figura 03: 10 Redes sociais online mais utilizadas no mundo em 2021 69
Figura 04: O que acontece em um minuto na internet em 2021 72
Figura 05: Campo da comunicação e saúde 96
Figura 06: Porcentagem de adultos relatando sintomas de ansiedade ou transtorno depressivo nos Estados Unidos de janeiro a junho de 2019 em relação a janeiro de 2021 ……..……. 106
Figura 07: Opinião pública sobre as práticas dos media sobre o coronavírus (covid-19) na Espanha em março de 2020 …… 107
Figura 08: Desconectado: 2,9 bilhões de pessoas ainda offline ……. 131
Figura 09: *Layout* da Página do Facebook Bebé Matilde 145
Figura 10: Repercussão Midiática – Caso Bebé Matilde 145
Figura 11: *Layout* da Página do Facebook Lívia Telles 146
Figura 12: Repercussão Midiática – Caso Lívia Telles 146
Figura 13: Logotipos - Rede Análise ……..……..……. 183
Figura 14: Mapa de Palavras – Rede Análise – Grupo Facebook 186
Figura 15: *Post* "Novidades na Rede" – Rede Análise 188
Figura 16: *Post* "Tuitaço" – Rede Análise 190

Figura 17: *Post* “Ameaça” – Rede Análise 191
Figura 18: *Post* “Divulgação Científica” – Rede Análise 193
Figura 19: Estudo “Science Pulse” 194
Figura 20: *Post* “Principais Influenciadores sobre Covid-19 no Twitter em 2021” – Rede Análise 195
Figura 21: *Post* “Fact-checking” – Rede Análise 196
Figura 22: *Post* “Variante Brasileira” – Rede Análise 197
Figura 23: *Post* “Participação Internet” – Rede Análise 198
Figura 24: *Post* “Divulgação Palestra” – Rede Análise 199
Figura 25: Storie “Esclarecendo Dúvidas” – Rede Análise 200
Figura 26: Pontos mapeados a partir de conversações no Twitter 204
Figura 27: Rede mapeada a partir de conversações no Twitter 204
Figura 28: Clusters mapeados a partir de interações no Youtube 206
Figura 29: Comentários destacados Youtube 208
Figura 30: Twitter pessoal coordenadora Rede Análise 209
Figura 31: Twitter pessoal coordenador Rede Análise 211
Figura 32: Repercussão Midiática – Rede Análise – Jornal “El País” 213
Figura 33: Repercussão Midiática – Rede Análise – Jornal “O Estadão” 213
Figura 34: Repercussão Midiática – Rede Análise – Revista “Exame” 214
Figura 35: Repercussão Midiática – Rede Análise – Jornal “O Globo” 214
Figura 36: Repercussão Midiática – Rede Análise – Jornal “BBC” 215
Figura 37: Democracia frágil 218
Figura 38: Utilização informação Rede Análise por governante 220
Figura 39: Gráfico Rede Análise utilizado por governante 220
Figura 40: Evento China-Brasil: Pesquisa para o combate ao Covid-19 222
Figura 41: Publicação Políticas Públicas em Saúde 223
Figura 42: *Case* de colaboração bem sucedido 225

APÊNDICES

APÊNDICE A: Relação histórica da esfera pública com os media

O primeiro passo desta caminhada inicia por abordar consistentemente a relação histórica da esfera pública com os media, apoiada principalmente pela obra de Asa Briggs e Peter Burke: "Uma história social da mídia". Não podemos saber onde estamos e para onde vamos, sem saber basicamente de onde viemos. Nesta obra, os autores fazem toda uma "trajetória" da história dos media e começam por explicar que a comunicação desde tempos muitos antigos desperta o interesse, mais precisamente desde a Idade Média e mais fortemente no Renascimento. Inicialmente com a retórica, que era valorizada especialmente na Grécia (século V a.C.) e Roma antigas, a política exigia o debate público e esse exercício exigia um esforço de retórica ou de comunicação. Assim, a comunicação e a política nascem quase simultaneamente e a comunicação passou a ser vista como um "instrumento" no campo político. Entendendo aqui por retórica, o comunicar-se de forma oral e escrita. Entretanto foi só em 1920 (conforme o *Oxford English Dictionary)* que se começou a utilizar o termo "media". E, em 1950, já se falava que a comunicação era uma revolução (Briggs & Burke, 2016).

> A política cultural de Florença, como a da Atenas clássica, era essencialmente oral e visual. As praças da cidade, sobretudo a Piazza della Signoria, onde ficava a câmara municipal, constituíam um tipo de esfera pública nas quais se ouviam discursos e debatia-se política. Discursos fluentes eram bastante apreciados, sendo cruciais para o que os italianos da época chamavam de *vita civile*, a vida ativa política do cidadão (Briggs & Burke, 2016, p. 85).

As relações públicas das cidades eram feitas além da forma oral, também por escrito, grafite nas paredes e cartazes políticos. A retórica ocupou-se do discurso político e começou a instigar o aparecimento de ideias que se tornaram cada vez mais importantes. Trazendo à tona também conceitos fundamentais, como a "opinião pública" (século XVIII), - ao qual veremos com mais detalhes no decorrer do trabalho – também se percebe

o poder das massas[200], que passam a ser objeto de atenção e estudos (século XIX). A propaganda ganha seu espaço a partir das duas guerras mundiais (século XX). Em 1924, surge a famosa Escola de Frankfurt, que teve como seus fundadores Theodor Adorno e Max Horkheimer, que desenvolveram também uma das mais reconhecidas teorias, ao qual deram o nome de "indústria cultural"[201] (no original, em alemão: *Kulturindustrie*), teoria esta que a propósito continua a ser cada vez mais atual. A comunicação continuou evoluindo com cada vez mais autores, Claude Lévi-Strauss[202] e Niklas Luhmann[203], escreveram sobre questões inerentes à sociedade e os *Kommunikationsmedien*.[204] Bem como muitos outros estudiosos seguiram-se (Briggs & Burke, 2016).

A era do rádio foi, entretanto, um divisor de águas, em que a comunicação passou a ter maior popularidade e expandiu-se por diversos lugares, em diversos continentes. Quando a televisão chegou na década de 1950, trouxe consigo a necessidade de desenvolver-se estudos paralelos nas mais diversas áreas: arte, economia, psicologia e etc.

O que acarretou a criação de muitos departamentos de comunicação e estudos culturais pelo mundo. Surgem conhecidos pensadores da comunicação como Marshall McLuhan[205] e a ideia de aldeia global e Jürgen Habermas, com a esfera pública.

---

[200] Nos manuais de teoria da comunicação percebe-se o alto grau de generalidade a dominar o conceito em sua acepção sociológica e comunicacional. Tal generalização se deve em função do período de nascimento do conceito, sustentado nas décadas de 1930 e 1940 por estudiosos americanos da comunicação. Massa, para eles, é o modo de organização de certas sociedades que se desenvolveram principalmente ao longo do século XIX. Constitui, portanto, uma audiência dispersa e indistinguível que sofre a influência passiva de poderosos meios de transmissão de informação em larga escala.

[201] A indústria cultural foi apresentada no capítulo "A indústria cultural: iluminação como engano em massa", do livro "Dialética do Esclarecimento" (1944), no qual os autores propuseram que a cultura popular é semelhante a uma fábrica que produz bens culturais padronizados: filmes, programas de rádio, revistas etc.

[202] (1908 – 2009). Desde seus primeiros trabalhos sobre os índios do Brasil Central, que estudou em campo, no período de 1935 a 1939, publicou uma extensa obra.

[203] (1927 – 1998) abordou em seus estudos (sendo dos principais autores das teorias sociais do século XX): a política, as artes, economia, religião e os sistemas comunicacionais. Adepto de uma teoria particularmente própria do pensamento sistêmico.

[204] Meios de comunicação – tradução livre do original em alemão.

[205] Marshall McLuhan (1911 – 1980) é reconhecido mundialmente pelas teorias da aldeia global e de que o meio é a mensagem. A ideia de aldeia global consistia basicamente, de que os meios de comunicação fariam com que o mundo se tornasse uma grande aldeia e assim quebraria as fronteiras geográficas, culturais, sociais e de qualquer tipo. Já na teoria de que o meio é a mensagem, o teórico propunha que os meios de comunicação eram como uma extensão do corpo humano, formando mensagens. O conceito traz para o centro da discussão a influência do meio na formatação dos conteúdos, por conseguinte, uma mesma mensagem transmitida pelo rádio, pela televisão ou pela internet, acarretaria possibilidades de interpretação totalmente diferentes, em decorrência da estética de cada meio.

> Alguns fenômenos da mídia são mais antigos do que em geral se imagina, como se pode ver nos dois exemplos seguintes. As séries atuais de televisão copiam o modelo das novelas radiofônicas, que, por sua vez, se moldam nas histórias em capítulos de revistas do século XIX (alguns romancistas, como Dickens e Dostoiévski, publicaram originalmente seus trabalhos dessa maneira). Algumas das convenções das histórias em quadrinhos do século XX seguem direta ou indiretamente uma tradição visual ainda mais antiga. Os balões com falas podem ser encontrados em publicações do século XVIII, que, por sua vez, são uma adaptação dos textos em forma de rolo que saíam das bocas da Virgem e outras figuras de arte religiosa medieval (Briggs & Burke, 2016, p. 14).

A comunicação que hoje tem imensa visibilidade devido às redes sociais na internet, foi evoluindo durante os séculos, os meios foram mudando e cada nova descoberta trouxe uma mudança social drástica, mas as práticas de comunicação sempre existiram, estão e estarão cada vez mais presentes como uma extensão do ser humano. Cada um de nós é hoje um media ao passo que onde estivermos, tem-se ao alcance das mãos, a possibilidade de publicar imediatamente o que se queira e fazer transmissões ao vivo a custo zero, necessitando apenas dispor do aparelho e sinal de internet. Durante os séculos, passamos de utilizar objetos e pinturas rupestres como meio de comunicação, para a mais gigantesca revolução de todos os tempos que é possibilitada pela telefonia móvel.

No mundo antigo, estátuas e imagens, eram uma forma de comunicação bastante importante. O Papa Gregório, o Grande (d.C 540-604), dizia que como a maioria não sabia ler, as imagens eram necessárias. O ato de beijar uma estátua ou uma imagem até hoje nos mundos ortodoxo e católico é uma prática comum que deriva desta época, entendida como um modo de mostrar devoção. Muitos dos hábitos praticados em geral, muitas vezes com total desconhecimento, são uma complexa construção social. Por esta razão que a história merece a devida atenção. Até mesmo os debates que surgem com a questão da internet, remetem a debates sociais já antigos. Por exemplo, no século XVI, as peças de teatro e os romances eram acusados de alimentar as paixões e que assim, estes teriam um efeito prejudicial sobre a população (Briggs & Burke, 2016). Do mesmo modo que hoje, muito se fala nos efeitos do uso da internet.

Outro retrato de comunicação ainda anterior às peças de teatro, foram as tapeçarias, datadas a partir do século XIV, na Pérsia, especialmente com figuras humanas e de animais. Eram histórias ilustradas, sendo o mais conhecido os da Tapeçaria Bayeux (d.C. 1100), com uma peça de sete metros que visualmente tece a história de uma conquista da Grã-Bretanha, e que foi muitas vezes comparada a um filme no que tange às suas técnicas de execução, estabelecendo uma narrativa. Além da tapeçaria, havia nas catedrais as imagens esculpidas nos mais diferentes materiais, como o bronze, a madeira e as pedras, que junto com os vitrais comunicavam e muito. Até mesmo o próprio ritual, como por exemplo, a coroação de reis, era um meio de comunicação medieval (e ainda existem inúmeros rituais até hoje). Era uma forma de publicidade e se tornou cada vez mais com o avanço dos meios. Podemos citar como uma situação marcante, a cerimônia televisionada da coroação da rainha Elisabeth II[206] (agora acompanha-se inúmeros ritos de forma online). Trazendo a partir disso, de volta à tona a palavra "espetáculo" (Briggs & Burke, 2016).

Briggs e Burke (2016), reforçam que através de séculos de evolução, temos acontecimentos que se tornaram importantes. Certamente, um dos principais é a invenção da prensa gráfica, por volta do ano de 1450, por Johann Gutenberg, possivelmente inspirado pelas prensas de vinhos da sua região, às margens do rio Reno, aos quais utilizavam móveis de metal. A prensa possibilitou a impressão de panfletos, livros e outros materiais, modificando o cenário da comunicação para sempre.

Provavelmente o facto histórico mais importante datado após a invenção da prensa, foi a Reforma Luterana na Alemanha. Em questões de religião, Briggs e Burke (2016) dizem que "o envolvimento do povo na Reforma foi tanto causa quanto consequência da participação dos media" (p. 87). Lutero incentivava a ideia de que todos tivessem acesso a Deus, sem ter que necessariamente depender dos clérigos. Para isso, defendeu a leitura da Bíblia em vernáculo, o que acarretou não só na sua tradução, mas na distribuição em maior escala, pela primeira vez na história.

[206] O Duque de Edimburgo foi quem deu a ideia de transmitir a cerimônia de coroação pela televisão, meio que estava em ascensão na época, algo que até então nunca havia acontecido e que aproximou a monarquia do público.

> Pode-se argumentar que a Reforma alemã contribuiu para o aparecimento de uma "esfera pública", pelo menos durante algum tempo. Os escritores de panfletos usaram estratégias de persuasão, tentaram atingir um público vasto, estimularam a crítica à Igreja e, após as novas ideias terem sido debatidas em público durante os primeiros anos do movimento, levaram alguns católicos à abertura. Há semelhanças incríveis entre o que aconteceu no mundo germanófono, no início do século XVI, e o que está acontecendo agora no mundo muçulmano: a ascensão de uma esfera pública amplamente religiosa e vinculada à emergência de novos veículos (de comunicação) (Briggs & Burke, 2016, p. 93).

Todos os medias, sem exceção, à medida que foram surgindo, que estão a surgir agora e estarão ainda a surgir no futuro, sempre vão modificar profundamente o tecido social. Não se pode ignorar isto. Com os jornais, claro, não foi diferente. Contribuíram enormemente para que existisse e se solidificasse uma opinião pública. Os primeiros registros da utilização do termo "opinião pública" datam por volta do ano 1750 no território francês, na Inglaterra, 1781 e na Alemanha, 1793. Com o surgimento da imprensa, incluindo jornais como *The Post Man*, *The Post Boy* (1695) que eram não oficiais, porém mais completos do que os jornais oficiais como o *London Gazette,* fizeram com que a política fizesse parte da vida da população – ou de parte dela - de uma forma que permanece até os dias atuais (Briggs & Burke, 2016).

Outra mudança iminente dá-se com a comunicação elétrica, no século XIX, através do telégrafo. Já foi mencionado que todas as mudanças trouxeram consequências sociais e novas mudanças, mas elas também sempre provocaram novas discussões e dúvidas, como: Será que com o aparecimento do rádio as pessoas falarão menos? Vão interagir menos? Irão sair de casa mais ou menos? Como ficará a leitura? Esse tipo de questão seguiu-se e acentuou-se com a televisão, passando a ser a nova grande fonte de informação e entretenimento. Com a internet, todas essas questões e debates são elevados na máxima potência.

> Controversos são a natureza e o escopo dessas consequências. São elas primordialmente políticas ou psicológicas? Pelo lado político, favorecem a democracia ou a ditadura? A "era do rádio" foi não somente a era de Roosevelt e Churchill, mas também de Hitler, Mussolini e Stálin. Pelo lado psicológico, a leitura e a visão estimulam a empatia com os outros ou o isolamento em um mundo particular? A televisão e "a rede" aniquilam ou criam novos tipos de comunidades nas quais a proximidade espacial importa pouco? (Briggs & Burke, 2016, p. 23).

As relações sociais ou individuais, da mesma forma do que acontece com a comunicação, estão em fluxo contínuo e continuam sempre a desenvolver-se e tornam-se sempre catalisadores de mudanças sociais. Infiltram-se em diversos segmentos: política, religião, vida cotidiana etc. Para citar dois exemplos disto, o sociólogo Zygmunt Bauman[207] enunciou que os púlpitos da Igreja Católica funcionavam como um meio de comunicação de massa, relacionando com a religião. Já o cientista político Karl Deutsch exclamou que "a comunicação são os nervos do governo", em referência à vida política (Briggs & Burke, 2016).

O efeito da imprensa na política foi também desde os primórdios uma frequente. Nas Revoluções, como na Revolução Francesa,[208] entende-se que a imprensa teve um papel positivo, pois era ela que trazia legitimidade às novas leis, pelo facto de tornar o processo público. Aqui entendida nas suas mais variadas formas de comunicar, onde não se deve superestimar um determinado meio de comunicação, já que todos são importantes para atingir o maior número de pessoas e variáveis neste processo (do mesmo modo como era feito antes da Reforma). Isso porque, por exemplo, no caso da Revolução Francesa (1789) a maioria dos franceses ainda não sabia ler. Os governos se viram forçados a utilizar o jornalismo para difundir uma consciência popular política, mas também para produzir

[207] (1925 – 2017) é bastante reconhecido atualmente, em função do conceito de "relações líquidas", exposto na obra "Amor Líquido", as relações amorosas deixam de ter um aspecto de união e passam a ser um mero acúmulo de experiências e em "Medo Líquido", o autor escreve que a insegurança seria parte estrutural da constituição do sujeito pós-moderno. Em Bauman, as relações entre os indivíduos nas sociedades tendem, portanto, a ser menos frequentes e menos duradouras. Uma de suas frases pode ser traduzida como: "as relações escorrem pelo vão dos dedos".

[208] A Revolução Francesa foi um movimento político e social que ocorreu entre 1789 e 1799. Tinha como objetivo derrubar o Antigo Regime e instaurar um Estado democrático que representasse todos os cidadãos. O movimento inaugurou a chamada Idade Contemporânea.

"homens de notícia", como eram chamados na Inglaterra no século XVII, sendo considerados como uma nova força na política. Tão forte e importante que mais tarde, o sistema de media foi chamado de "quarto poder". Em 1681, no *The Observator*, L'Estrange[209] escreveu que a imprensa (com sua força) tornou os homens loucos, então que deveria fazer com que se tornassem saudáveis novamente (Briggs & Burke, 2016).

Já a participação do "povo" nas Revoluções igualmente é causa e consequência dos media. Na Revolução Americana de 1776, um político inglês chamado Thomas Paine que emigrou para a América do Norte, publicou o que foi uma impressão frequente de um panfleto denominado "Senso Comum", distribuído periodicamente na imprensa. Ele afirmou que a revolução Americana nem teria acontecido se não fossem os jornais, que estes foram os responsáveis, como em outros movimentos, pelo envolvimento do povo. Nesse sentido, o próprio verbo informar, que deriva do latim, no seu sentido original já não significava um mero relato de factos, mas "formar a mente", um elemento de educação, em alemão (original) *Bildung* (Briggs & Burke, 2016).

Pedro Pereira Neto (2009) no livro Media, Redes e Comunicação, coloca que é um erro comum situar o fator tecnológico separadamente do sistema social, quando este é um produto do mesmo. Para analisar a influência da tecnologia é necessário ter em conta o contexto em que se insere. Desta maneira, toda a história dos meios "técnicos" deve ser apreciada com esta condição, pois é justamente o social que lhe dará sentido.

[209] Roger L'Estrange (17 de dezembro de 1616 - 11 de dezembro de 1704) foi um panfletário, autor e censor da imprensa inglês.

> Tomemos como exemplo o livro impresso, produzido pela primeira vez no século XV. A sua emergência ocorre num contexto de confluência de três dinâmicas específicas: o desenvolvimento do espírito mercantil, a circulação de ideias humanistas, e um novo espírito técnico. Apesar de tornado materialmente possível pela convergência de fatores de ordem técnica – a disponibilidade dos suportes necessários ao desenvolvimento de um novo processo de reprodução de textos (a tipografia), o aperfeiçoamento dos transportes e respectivas infraestruturas, e os progressos verificados no domínio dos serviços postais-, o estabelecimento do livro impresso resulta sobretudo de um contexto social e intelectual favorável, em que a circulação de ideias alimentada por oficinas de cópia manual de manuscritos era já uma realidade. A disponibilidade material e técnica não poderia, pois, conduzir por si só ao desenvolvimento que a imprensa conheceu: as transformações permitidas pela imprensa durante o Renascimento não tiveram lugar, por exemplo, na China, essencialmente por questões de natureza social (Pereira Neto, 2009, p. 380).

Tanto a Reforma Luterana, como a Revolução Francesa, acima citadas, são contextos que junto com a técnica influenciaram o desenvolvimento da imprensa. A Reforma (e a Contrarreforma)[210] fortificaram sua relação com as leituras sagradas. A política na Revolução, também fortaleceu a comunicação no sentido de manter a população informada, mas também de incentivar sua vida ativa, na dimensão da cidadania. E através disso, atuando como uma ponte de ligação, fazendo com que se estabelecessem trocas de opiniões e subjetividades, fator este que hoje é determinante no agrupamento de interesses nas comunidades virtuais. Ou seja, papel que a imprensa mantém até hoje (Pereira Neto, 2009).

As revoluções também sempre estimularam a ciência, especialmente a da comunicação, e isso começava pelas estradas e se infiltrava em outras forças, como o exército. Napoleão Bonaparte,[211] declarou que "quatro jornais hostis são mais temíveis que

[210] Reação da Igreja Católica ao avanço do protestantismo pela Europa.

[211] Napoleão (1769 - 1821) foi um estadista e líder militar francês que ganhou destaque durante a Revolução Francesa e liderou várias campanhas militares. Napoleão dominou os assuntos europeus e globais por mais de uma década, enquanto liderava a França contra uma série de coalizões nas guerras napoleônicas. Ele venceu a maioria desses conflitos e a grande maioria de suas batalhas, construindo um grande império que governava grande parte da Europa continental.

100 mil baionetas", numa analogia entre o exército e a imprensa (Briggs & Burke, 2016, pág. 117).

Já no último século, Habermas com a esfera pública, faz com que haja um extenso debate acerca deste tema em variadas áreas do conhecimento. O autor que usou a palavra *Öffentlichkeit*, que traduzindo significa publicidade, utilizada no sentido de "tornar público", chama definitivamente a atenção da sociedade para o processo de comunicação. Em 1962 era publicado o primeiro trabalho de Jürgen Habermas, denominado "Mudança estrutural da esfera pública". O livro trouxe uma discussão muito racional e com muitas informações sobre políticas públicas (Briggs & Burke, 2016).

APÊNDICE B: Acréscimo ao subcapítulo "3.5 A saúde mediada" - Saúde ficcionada

Rita Espanha (2009), apresenta um estudo coordenado por Joseph Turow em 2002, denominado "*As Seen on TV: Health policy issues in TV´s medical dramas*" (tradução livre: "Como visto na TV: questões de política de saúde nos dramas médicos da TV") que analisou os conteúdos nas séries televisivas que abordavam a saúde e os hospitais. O estudo apontou para aspectos específicos em relação ao conteúdo. Os assuntos relacionados com políticas de saúde são muito comuns e refletem-se, em muitos casos, em debates na esfera pública. Os conteúdos também retratavam negligências ou erros médicos, desenvolvendo narrativas de apoio ou crítica. Os criadores utilizam-se de argumentos relacionados às políticas públicas e envolvem os personagens neles. O estudo referenciou que uma parte dos telespectadores adquirem conhecimento sobre saúde a partir de programas de entretenimento. Inclusive, sentem-se motivados a procurar mais informações sobre as temáticas e falam mais frequentemente com amigos e familiares, e até mesmo com os seus médicos, sobre a questão apresentada (Espanha, 2009).

Em simultâneo com a ficção e a cobertura por parte dos media, de assuntos que envolvem a saúde, se torna útil relacionar com os estudos de sociologia médica. De facto, é fácil lembrar de várias séries, como "*Grey's Anatomy*", que iniciou em 2005 e atualmente com 17 temporadas é a mais longa entre as séries médicas. Também se pode citar outras como: "*Dr. House*", inspirada em Sherlock Holmes, a série recebeu 112 indicações a

prêmios e contava casos médicos, na qual os pacientes eram consultados por um médico mal-humorado; "*The Good Doctor*", apresenta uma perspetiva diferente a partir de um médico que é autista e precisa provar constantemente que é capaz; "*Hospital New Amsterdam*", onde um médico queria trazer melhorias para o hospital e trazer ânimo para uma equipe desmotivada; "Diagnóstico", a série documental traz a primeira temporada focada em pessoas que tiveram seus diagnósticos esclarecidos com o auxílio das redes sociais online; e muitas outras poderiam complementar esse rol.

Não é diferente com os filmes, como alguns exemplos: o "Coringa", traz uma reflexão sobre saúde mental; em "Uma mente brilhante", o ator possui diagnóstico de esquizofrenia; "O mínimo para viver", conta a história de uma adolescente com anorexia; "Divertidamente" e "Procurando Dory", através da animação infantil abordam a formação psíquica das crianças e ainda "Mãos Talentosas - A História de Ben Carson", que conta a história real de um médico, que mudou a história da medicina ao realizar uma cirurgia de separação de gêmeos siameses.

Saindo da ficção e entrando no quesito mediação, temos ainda uma infinidade de documentários, como "*The Creative Brain*", que fala do funcionamento do processo criativo de profissionais renomados no mercado; "*Ask the doctor*", aborda temáticas diversas como obesidade, distúrbios do sono, alergias e três médicos buscam trazer as respostas; "*Print the legend*", mostra o mercado de impressão 3D, cada vez mais presente na rotina médica; "Babies", explora a jornada dos bebês desde o nascimento e como vai criando vínculos com a família e outras etapas; e "*What the Health*", que explica os impactos da indústria de alimentos processados de origem animal. A saúde, como se pode observar, é temática frequente sob todos os aspectos imagináveis.

Revistas e livros também são uma forma de mediação. Indubitavelmente a lista exposta para tal, seria igualmente extensa, como os filmes, série e a forma que é abordada pela televisão. Entretanto um exemplo atual, que se diferencia das obras antes mencionadas por ser científico e não fictício, não deixando de ser fundamental forma de mediação é o livro "Recomendações e orientações em saúde mental e atenção psicossocial na Covid-19", dos organizadores Débora da Silva Noal, Maria Fabiana Damasio Passos e Carlos Machado de Freitas. Publicado pela Fundação Oswaldo Cruz em 2020. Neste livro, ou autores informam a população sobre temáticas específicas neste âmbito: 1. Saúde Mental. 2. Serviços de Saúde Mental. 3. Gestão em Saúde. 4. Infecções por Coronavírus. 5. Psicofármacos – uso terapêutico. 6. Quarentena. 7. Cuidados Paliativos. 8. Violência

Doméstica. 9. Suicídio. 10. Luto. 11. Atenção Psicossocial. Um exemplo muito conhecido na parte ficcional seria, “O Médico e o Monstro: O Estranho Caso do Dr. Jekyll e do Sr. Hyde”, o livro mistura elementos de ficção científica e de horror, sendo uma das principais novelas góticas do século XIX, publicado por Robert Louis Stevenson, em 1886.

APÊNDICE C: Levantamento grupos

LEVANTAMENTO PÁGINAS/GRUPOS – MOBILIZAÇÃO EM SAÚDE (fevereiro 2021)					
BRASIL					
Nome do grupo	**Número de participantes**	**Data de criação**	**Facebook ou Instagram**	**Última postagem**	**Frequência de postagem**
Periferia Viva Contra Corona	2.055 likes	14 abril de 2020	Facebook - página	02-02-2021	Diária
Periferia Viva Contra Corona	4.414 seguidores	+ de 800 postagens	Instagram	01-02-2021	semanal
@periferiavivacontracorona	2,8 mil membros	16 de janeiro de 2021	Facebook – grupo	02-02-2021	frequente
@aadora_apoioasdoencasraras	41k seguidores	+ de 1 ano	Instagram	02-02-2021	Diária
Doenças raras	9,7 mil membros	07 de junho de 2011	Facebook – grupo	02-02-2021	frequente
Comunidade Síndrome de Angelman	3 mil membros	23 de setembro de 2009	Facebook – grupo	02-02-2021	Diária
Todos pela Lívia	65.370 likes	20 de setembro de 2019	Facebook – grupo	23-01-2021	semanal
@liviatls	86 k	+ de 700 postagens	Instagram	23-01-2021	semanal
Periferia viva – Força tarefa (Agência de Iniciativas Cidadãs)	2.377 likes	+ de 200 postagens	Instagram	03-02-2021	Diária
PORTUGAL					
Nome do grupo	**Número de participantes**	**Data de criação**	**Facebook ou Instagram**	**Última postagem**	**Frequência de postagem**
Médicos pela verdade	60. 876 likes	31 de agosto de 2020	Facebook – página	28-01-2021	Diária
Angel – Associação Síndrome de Angelman Portugal	4.438 likes	23 de janeiro de 2012	Facebook - página	01-02-2021	semanal
Matilde – uma bebé especial	256.781 likes	12 de junho de 2019	Facebook - página	12-01-2021	mensal

Nota. Levantamento de movimentos em saúde em redes sociais digitais no Brasil e em Portugal.

Fonte: elaborado pela autora.

APÊNDICE D: Tratamento das entrevistas

Tabela 03

Tratamento das entrevistas - Bloco 01

Grelha 02 - Entrevistas (Bloco 01)		
Perguntas Entrevistas	**Entrevista nº 01**	**Entrevista nº 02**
01 – Apresentação. A pandemia de Covid-19 provocou (estamos em (dezembro de 2021), mais de 5 milhões de mortos no mundo (5.403.468), resultantes de mais de 280 (280.578.642) de casos de infeção, segundo um balanço feito pela Johns Hopkins University & Medicine. In: https://coronavirus.jhu.edu/map.html. Me conta o início de tudo, o porquê de criar esse grupo, qual a lacuna identificada?	Tinha muita demanda da população, do público em geral, para entender o que estava acontecendo, eles precisavam entender, de uma forma mais simples e não assim abrir o site da prefeitura ou do Estado e tem um monte de gráfico lá, um monte de informação, mas "tá o que isso quer me dizer?" "Eu devo levar meu filho pra escola ou não?" A pessoa não conseguia tomar a decisão dela.	A ideia era criar um ambiente de discussão, porque a gente estava vendo a pandemia em vários outros países e ainda não tinha exatamente começado a chegar no Brasil, assim no sentido de que a gente teve os primeiros casos, acho que foi em março e o grupo foi criado em fevereiro, então uma ideia era construir um espaço de discussão para tentar entender o que estava acontecendo em outros países e ver o que poderia acontecer aqui para tentar lidar da melhor forma possível e acabou que o grupo acabou se diversificando e ganhando mais membros, mais propostas e a gente também resolveu além de colaborar com essa história de dados, de fazer análises, também atuar em outras frentes como

		divulgação científica e também análise de populações vulneráveis.
02 – Quantos pesquisadores participam do grupo hoje e vindos de que áreas? São todos voluntários?	… chegou a ter 80, 85 membros, mas não todos ativos. A gente teve uns 30, 35 mais ativos, que estão mais produzindo, mas a gente não faz distinção, porque é voluntário, se consegue uma vez lá fazer um texto ou ajudar numa revisão, o que a gente faz também é muita revisão por pares.	… a gente deve estar entre uns 60 / 80 membros, talvez um pouco menos.
03 – Como se deu o contato com outros pesquisadores? Como decidiu-se dividir tarefas no grupo?	… às vezes a gente conversa com uma pessoa que está fazendo um trabalho sozinha e convidamos ela pra participar da Rede. (...) a gente se sente meio que na obrigação de comunicar, de dar um monte de entrevistas explicando os riscos de números de óbitos.	Por aproximação. Várias áreas do conhecimento. Todas que tu puderes imaginar, desde as exatas mais duras até às ciências das humanidades, comunicação, design, área da saúde. Enfim, tem de tudo assim.
04 – Descrever um pouco do trabalho, as informações científicas, os gráficos, metodologias utilizadas.	… tem o grupo do Twitter, daí no grupo do Twitter tem quatro pessoas. (...) gente tem por exemplo, o grupo da *lives* no	A gente criou um espaço de coordenação com algumas pessoas que se voluntariaram ajudar a estruturar a

	Youtube, que também tem mais de um moderador, justamente pra quando um não pode ou acontece alguma coisa, a outra pessoa poder ir lá, reservar o horário do vídeo, postar. Tem a Larissa e a Mellanie, por exemplo que fazem mais as artes daqueles *cards* que vão pro Instagram. (...) Então mistura muito, eu fiz, alguém revisa e depois vem outra pessoa e posta.	rede e fomos então organizando daí. No sentido de criando outros espaços para grupos de trabalho assim.
05 - Quando surgiu a ideia de utilizar as redes sociais? Vocês foram sempre os moderadores? Contaram com alguma ajuda profissional de marketing ou de comunicação estratégica?	… quando tem um aumento de Covid ou tem uma piora, se pegar o gráfico da Covid, ele quase bate com o nosso gráfico de interação e engajamento nas redes. Começa a piorar, daí todo mundo (procura), quando começa a baixar a gente continua postando, continua avisando, continua alertando, mas têm menos interação e menos engajamento.	A gente vai criando entre nós, tem pessoas que acabam gostando mais de criar esses conteúdos e trabalhar mais em comunicação nas redes sociais, tem outros que gostam mais de fazer análises e estudos epidemiológico, então cada um faz o que se sente mais à vontade e o que pode contribuir mais.

Nota. Elaboração da autora.

Tabela 04

Tratamento das entrevistas - Bloco 02

Grelha 02 - Entrevistas (Bloco 02)		
Perguntas Entrevistas	**Entrevista nº 01**	**Entrevista nº 02**
06 – Produção de conteúdo frequente, postagens frequentes. Conteúdo muitas vezes denso. Como estruturam isso? Qual a ideia?	Às vezes a gente vai discutir testagem, por exemplo, e daí a pessoa vai lá falar do antígeno, umas coisas super ultra (técnicas), e daí a gente entende aquilo e diz tá "como é que eu simplifico isso pra explicar pra pessoa que não entende tanto" e isso ajuda ter pessoas de outras áreas fazendo analogias e tal.	… muitas delas não são da área de comunicação, mas tem um perfil de divulgador científico.
07 – Uma temática frequente das postagens e entrevistas concedidas são as previsões. Os números que se pode chegar se as medidas não fossem cumpridas. Acerca deste trabalho, como tem sido?	Vou pegar um exemplo prático que aconteceu, saiu uns estudos preliminares de que essa nova variante pode ser mais leve, e aí baseado em algumas análises, com o N que a gente chama, que é o número de amostras muito baixo e aí o que as vezes sai no jornal "nova variante é mais leve", daí as pessoas "oba, então eu posso ir pra praia", "então se eu pegar não vou mais morrer", daí eu tenho que dizer para ter calma. (...) comecei a fazer os cálculos de se continuasse assim, ali por novembro,	É bem desafiador fazer comunicação num ambiente assim, mas mais do que nunca ela deve ser feita, a gente tem que estimular as pessoas também a lembrarem enquanto a ciência é importante e deve também pesar nas escolhas dos nossos representantes e enfim, espero que mesmo questão não foi o ano que a gente posta de fato oficialmente da pandemia, que seja um ano onde a gente se aproxime muito mais disso, a ponto de ficar muito eminente essa saída né.

	dezembro, a gente ia estar em uma onda fortíssima e que ia começar pela região norte, porque é onde começou a desaceleração. E aí o pessoal ligou / ligava, o pessoal que eu digo, os governos principalmente e a gente jogava na mídia e tentava mostrar e daí começou a ficar aquela coisa, nossa informação versus o que os governos diziam oficialmente "não está tendo nada, não está tendo nada".	
08 - Durante este período, vocês conseguiram identificar um perfil de público que mais interage mais com vocês?	É geral, por exemplo, quando eu comecei tinha bastante professores e pais por causa das crianças na escola, lá no começo da pandemia, mas depois que as pessoas perceberam que a pandemia poderia durar muito mais do que 15 dias, 20 dias, que achavam lá no começo, aí o pessoal falou "não, quero entender disso" aí tem de tudo. Tem inclusive os cientistas pares, que a gente também conversa bastante, um usa os dados dos outros.	Depende muito. Depende da rede social, nas redes sociais vai ter uma presença maior de jovens, em outras tu tens uma presença maior de outras faixas etárias. Então acho que a gente acaba conversando bastante com jovens, adultos e um pouco assim do público idoso.
09 - Para além das redes sociais, também foi elaborado um site: https://redeaanalisecovid.wordpress.com/ O	Tem um grupo de divulgação científica e texto, tem um grupo	A gente tenta fazer sempre postagens que se aproximam do

site tem muita informação, artigos científicos, gráficos. Quem atualiza o site? Que resultados positivos e negativos têm desta experiência?	de modelagens, outro grupo de vulnerabilidade social, são vários grupos com as pessoas mais ou menos alinhadas pra tentar ajudar e por exemplo assim, o grupo de textos e divulgação, que foi o primeiro que eu entrei, é justamente o que? Escrever textos pra explicar pra população o que está acontecendo, como se testa, o que que é teste, qual é a melhor máscara, ajudar a explicar isso para as pessoas. A Rede tem o mesmo propósito que eu, só que daí multidisciplinar, muito membros. Que é a mesma história, tentar comunicar ciências, de uma forma mais simples e mais fácil, pra população em geral tomar melhores decisões, se fosse tentar resumir tudo.	público usando algumas referências mais familiares, de alguma série, de algum filme, de alguma coisa, para tentar tornar uma coisa também menos formal e mais descontraído. Então, a gente tenta fazer algo nesse sentido.
10 – Qual a rede social que, para vocês, tem mais relevância e interação? E por que essa?	Eu acho que o Instagram ou Facebook estão meio parelhos com menos, a gente posta lá tudo, posta os materiais, mas a gente tem mais interação no Twitter, justamente por causa dessa verticalização, quando a gente posta	[mais engajamento]… o Twitter sem dúvida. [menos engajamento]... Ah, Facebook talvez.

	algo lá, chega rápido nos jornalistas, chega rápido nas pessoas e aí a informação acaba sendo ampliada nacionalmente, por exemplo, pelos jornais, pela mídia.	

Nota. Elaboração da autora.

Tabela 05

Tratamento das entrevistas - Bloco 03

Grelha 02 - Entrevistas (Bloco 03)		
Perguntas Entrevistas	**Entrevista nº 01**	**Entrevista nº 02**
11 – Além das mídias sociais e do site. Vocês têm sido convidados para várias entrevistas nos meios de comunicação "tradicionais". Entre eles Globo, Gaúcha, Correio do Povo, CNN Brasil. Como você vê a repercussão dessas reportagens?	As principais foram ali na virada de 2020 para 21 sabe, teve uma entrevista para o jornal O Globo, que a gente fez um alerta de quantos óbitos poderia ter na onda, que foi a partir de um alerta que eu dei na rede social, no Twitter, e que infelizmente acabamos acertando, então essa se destacou bastante.	Acho que talvez em canais internacionais, talvez esses destaques que a gente recebeu nessas páginas sobre o nosso grupo. As parcerias que nos pediram para apresentações, por exemplo, com embaixadas de outros países, acho que algo nesse sentido eu diria. É uma parceria com a CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), que me convidaram para uma palestra com algum pessoal da Embaixada da China.
12 - Comunicação e saúde. É um campo com crescimento constante e agora com o	… faz parte da democracia, faz parte	Acho que essa questão de reforçar o

Covid-19 foi uma ampla disseminação de informação de todos os lados. Qual a sua visão e entendimento sobre isso?	ter a informação mais disponível possível, a informação correta, só que junto com isso vem distorção da informação. (...) Agora sai um pré-print, o pessoal pega esse pré-print e já mostra: "novo remédio que funciona e cura Covid", mas era só um pré-print.	uso da máscara, combinando com distanciamento e preferência por ambientes bem ventilados, conhecer os riscos e tomar proteções, vacinar com esquema completo, dose de reforço. Acho que sempre repetir isso é importante.
13 - Vocês já têm este grupo online desde o início da pandemia. O quanto consideram que já conseguiram colaborar para comunicar ciência? Quais as maiores dificuldades desse processo?	… eu fiz um painel pra Rede Análise Covid falando sobre isso e um dia eu estava vendo uma *live* do governador do Estado do Rio Grande do Sul e ele usou o nosso painel, assim mostrando "olha aqui os dados, os sintomas do Facebook", daí depois eu até conversei com o pessoal lá do comitê explicando certinho, para eles se informarem.	Claro que vai ter, a gente teve um avanço científico imenso que vai repercutir em várias outras áreas. A gente tem aí vacinas de RNA que agora com essa aprovação, podem também dar espaço para pesquisas em outras áreas. Enfim, tem muitas coisas positivas, né? Muitas delas envolvendo avanços científicos que fizemos nesse meio tempo.
14 – Desinformação. Gostaria que comentasse o que acha mais grave na disseminação de notícias falsas e de procedimentos ineficazes para a Covid, principalmente pelas redes sociais.	Às vezes vemos uma desinformação, nos reunimos no grupo e decidimos se vamos falar sobre ou não. Porque o que acontece quando a gente fala sobre aquilo, a gente invariavelmente amplifica. Se eu pegar uma postagem de alguém que falou uma	Então a gente tem um grupo dentro, da parte de divulgação científica que também trabalha bastante com essa história de *fake news*, né? A gente sempre tenta esclarecer o que os seguidores nos mandam, para eles terem esse contraponto e

	besteira e eu retuitar ela, eu vou estar botando para todo meu alcance, as vezes eu tenho um alcance 10 vezes maior do que a pessoa que postou aquilo, daí eu não posto. Mas aí quando vê o negócio explode, então agora eu tenho que pegar aquilo e ajudar a explicar.	divulgarem nos seus círculos e realmente assim é bastante desafiador, porque são muitas, muitas delas acabam re-circulando, com uma cara diferente, uma palavra diferente. Então é um trabalho que a gente também tenta fazer de tentar incutir senso crítico nas pessoas, criar ferramentas que essas pessoas possam usar para fazer uma validação inicial, se aquele conteúdo faz sentido, se não é *fake*, que elas podem usar para tentar se proteger dessas *fake news*.
15 – Na sua visão, qual as consequências de uma politização e uma polarização de uma questão que é de interesse público geral?	… a gente nota que tem esse grupo que é muito mais ideológico, então não adianta, mesmo que você sente com essa pessoa e traga todos os relatórios, todos os estudos científicos, o objetivo dela é botar desinformação no ar, é tentar politizar e criar transtorno.	Acho que foi bastante complicado, né? Porque muitos temas acabaram ficando enviesados por conta dessas questões políticas, ficou difícil de abordar algumas coisas também, porque as pessoas entendiam que isso poderia ter um fator político interferente, político partidário no caso, quando não, então acabou virando uma disputa de narrativas enviesadas por esse cunho político-partidário.

Nota. Elaboração da autora.

Tabela 06

Tratamento das entrevistas - Bloco 04

Grelha 02 - Entrevistas (Bloco 04)		
Perguntas Entrevistas	**Entrevista nº 01**	**Entrevista nº 02**
16 – Qual o papel do Estado / do Governo em casos como este, de uma pandemia?	A gente tenta não entrar no segmento da política, entrar o mínimo possível, porque do jeito que ficou tão politizado, hoje tu ser a favor da vacina é quase como ser contra o governo, um negócio que não tem nada a ver uma coisa com a outra. Se tu disseres: "vacine-se porque é importante!", a resposta é: "então quer dizer que tu és contra o governo?" Daí tu acaba se politizando, porque isso tomou um contorno político. (...)	É, isso eu não consegui saber, na verdade porque eu não consegui acompanhar, muito pelo fluxo de atividades que a gente teve no período, mas eu fiquei positivamente impressionada pela abordagem, pela proatividade de buscar pessoas engajadas em divulgação científica ou na ciência para esclarecimento, mas eu não cheguei a observar o que foi feito, até porque não era um município onde eu resido, ou o Estado que eu resido então ficou difícil de fazer esse acompanhamento.
17 – Vocês entendem que os grupos mobilizados online (como o de vocês e outros) são propulsores de desenvolvimento neste caso específico e em outros?	Saía algo, a gente já lia, já revisava com os pares, teve muitos comitês científicos, por exemplo, que apoiam o governo, o governo que foi ancorado na ciência e chamou comitês. Imagina se sai um	Tem sido desafiador, né? Porque a gente faz isso no nosso tempo livre. Não é nossa ocupação, a gente não ganha nada por isso a nível monetário, a gente faz tudo pelo voluntariado, sabendo

	pré-print, a pessoa do comitê científico explica do jeito certo, diz as limitações, passa isso para o governador ou para (o decisor) e ele diz assim: "Então vamos tomar essa decisão aqui" e aí ele toma uma decisão pró-prevenção, pró-precaução e consegue evitar óbitos por causa daquilo.	que é relevante ser feito nesse momento. Muitos de nós gostaram muito dessa experiência e queremos continuar fazendo isso, mas é desafiador porque a gente recebe muitos ataques muitas vezes, de pessoas que não nos conhecem e que não conhecem nosso trabalho, mas que acham que a gente possa ter algum viés político partidário, quando a gente não tem, dentro do que a gente faz na comunicação científica, então às vezes é bastante exaustivo, emocionalmente falando, por conta disso, pelas ameaças e ataques, mas acho que a necessidade de se fazer isso e ver que as pessoas se sentem muito acolhidas e felizes por suas dúvidas terem sido contempladas e respondidas, que tem um canal ali onde elas possam compartilhar experiências e situações. Acho que isso faz tudo valer a pena assim.
18 – Até hoje só temos a vacina como possibilidade de efetivamente ultrapassar a pandemia, combinada com medidas de distanciamento social. Já foram	A gente acredita que isso ajuda a tranquilizar as pessoas e recebe bastante	Esse entendimento das pessoas em relaxar as medidas de enfrentamento é

administradas no mundo, cerca de 8 trilhões de doses de vacina (8.968.173.524 – conforme Johns Hopkins University & Medicine – dezembro de 2021). E surgiram durante este último ano diversos grupos negacionistas, contra a vacina e outros grupos organizados online que promovem a desinformação. Isso aconteceu no mundo todo. Como veem essa questão? E a polêmica em relação a vacinação de crianças?	*feedback* assim: "Obrigado, vacinei toda minha família!" "Obrigado por me explicar!". Então acreditamos que isso ajude a melhorar essa hesitação (antivacina), embora tem muita gente que é antivacina, mas tem muita gente que tem dúvida genuína ou é um pouco de medo: "eu não entendo direito, pode me explicar?" e daí tu explica e a pessoa vai e vacina.	totalmente deturpado e não deveria estar acontecendo agora. Acho que a gente precisa incutir nas pessoas a responsabilidade da manutenção dessas medidas. E sobretudo, da necessidade da vacinação, das pessoas se vacinarem e enfim terem essa proteção aí com o reforço também. Então eu acho que vai ser um ano bem desafiador, até porque também é um ano de eleição. Então a gente vai ver muito amplificado essa questão político-partidária que pode repercutir em algum ponto da pandemia também.
19 – De acordo com o autor alemão Jürgen Habermas: "A esfera pública continua a ser um princípio de organização do nosso ordenamento político". Ele também refere às práticas de jornalismo e de relações públicas como novas práticas no exercício da democracia. Vocês buscam um melhor entendimento de um problema social que afeta o mundo, na qual o debate ainda ocupa a esfera pública. O que têm a dizer sobre serem partes integrantes de um processo como este?	A gente está vendo muito mais jornalista de dados, as pessoas entendendo a mexer com dados, a gente está vendo mais jornalismo de ciências, então eu espero que pelo menos, surja isso, uma melhor comunicação de ciências e uma melhor e maior interesse da população que não seja só Covid, depois esqueceu tudo, ciências, esqueceu o que é vacina,	Ah, a gente, é aquela sensação mista, a gente fica feliz de poder estar contribuindo, mas ao mesmo tempo a gente também ver certas situações ou passa por certas situações que causam desgaste imenso né.

	esqueceu... não, que a gente continue falando, porque daí o que que acontece? A gente vai ter uma consciência melhor enquanto população, vai diminuir doenças, vai melhorar a saúde, quanto mais ciente de tudo.	
20 – Por fim, os países que numa análise básica, se saíram melhor na gestão da pandemia, foram os países que para além de comunicar ciência, também existiu um senso de dever cívico da população em geral. No Brasil, nos aproximamos dos 620 mil óbitos – um número absolutamente devastador – onde a comunidade científica e o jornalismo credível se viram tendo que medir forças com questões políticas. Qual o cenário que você vê daqui pra frente? Pós-Covid?	Quando a gente previne efetivamente, por exemplo, que nem nos países asiáticos, eles têm essa cultura diferente, eles previnem, você vê Japão, Coreia do Sul, eles têm uma cultura totalmente diferente de usar máscara, desde muito tempo antes, de prevenir isso por dever cívico. E aí o que acontece? Dá esse problema, as pessoas ficam aprendendo a reagir ao invés de prevenir, eu sempre brincava, tem um incêndio, então se tem fumaça a gente já deveria fazer alguma coisa, não, as pessoas preferem que tenha escombros já, se tiver cinzas, escombros "opa, então vamos fazer algo", mas se tem cinza quer dizer que já está pegando fogo há um tempão, você já perdeu muito tempo de ação, a	Acho que tem toda essa questão da covid longa né, que é um problema. Um problema imenso que está sendo enfrentado por várias pessoas e que também vai ter um impacto importante no nosso sistema de saúde, acho que a gente tem também a questão, porque mesmo saindo da pandemia, o vírus ainda pode ser endêmico, né? Então a gente vai ainda lidar com alguns casos, então temos que tomar cuidado nisso, aumentar a testagem, entender de quanto em quanto tempo, se for o caso, precisaria ter essa vacinação.

	gente tem essa cultura aqui, é um pouco ruim. (...) Imagina se todo mundo começar a usar máscara quando está gripado, por exemplo, pós-covid né, aquela coisa, estou com sintoma de síndrome gripal, vou ter que sair, fazer um negócio, bota uma máscara PFF2 e protege todo mundo… se esse tipo de conhecimento ampliar e a gente reduzir a incidência de doenças, reduzir e melhorar a saúde, eu acho que esse é o melhor legado pós-covid que a gente possa ter.	

Nota. Elaboração da autora.

APÊNDICE E – Entrevista 01

P: De onde surgiu a ideia do grupo / o porquê de criar o grupo? Já tinhas algum outro grupo antes?

E: É, eu, Isaac, comecei porque eu faço isso pra empresas, eu sou analista de dados e eu trabalho com gestão de riscos, em projetos. Então eu faço o que? A gente junta todos os dados disponíveis e diz: "olha, baseado no que a gente tem, se tu for pra cá é uma coisa e se for pra cá, é outra, é muito arriscado, então é melhor tu tomar esta decisão aqui ou pelo menos agora tu estás sabendo tudo e toma a tua decisão". É assim que eu trabalho para as empresas, tento não influenciar tanto o tomador de decisão, mas mostro a situação. Quando começou a pandemia eu fui fazer isso pra mim, eu fui analisar "deixa eu ver o que está

acontecendo efetivamente", já que a gente tem os dados abertos, tem tudo, daí comecei a pilotar os dados da Europa, da Itália, da China e tal e disse "nossa, se isso aqui for realmente como o que está aqui, independente de eu entender alguma coisa ou não (de saúde), isso aqui é muito complicado, com um aumento exponencial desses pode causar um problema muito sério, se a gente não barrar" e aí eu pensei "vou fazer pra mim" e depois eu pensei um dia "vou postar" no meu Facebook particular e aí nossa, surgiu um monte de gente com dúvidas e tal e daí eu disse: "então vou criar um grupo". E aí criei um grupo, só eu, e aí começou a encher de gente, muito rápido! E daí o que que eu percebi? Tinha muita demanda da população, do público em geral, para entender o que estava acontecendo, eles precisavam entender, de uma forma mais simples e não assim abrir o site da prefeitura ou do Estado e tem um monte de gráfico lá, um monte de informação, mas "tá o que isso quer me dizer?" "Eu devo levar meu filho pra escola ou não?" A pessoa não conseguia fazer a decisão dela para aquele monte de gráfico que tinha. Nisso eu comecei a postar e aí um dia eu resolvi "ah, vou postar no Twitter também", nem tinha Twitter direito, subi uma conta e "vou postar pra ver", porque o Twitter, ele é mais vertical. Twitter assim, Facebook eu consigo atingir a minha comunidade local aqui e os amigos dos amigos mais fáceis, e no Twitter, se eu quiser falar com o presidente, chega direto nele, em qualquer pessoa. E aí logo começou a chegar, divulgadores maiores e daí a Mellanie (2ª entrevistada), que é a fundadora da rede me convidou pra fazer parte da Rede. A Rede Análise-Covid já existia, já existia há um tempo e aí quando eu entrei, eu comecei a fazer as análises pela rede e aí me juntei com toda a comunidade da rede e aí ficou muito mais qualificado nosso trabalho. Então assim, a Rede começou em março (2020) e eu comecei em março paralelo, sem conhecer e aí depois eu até comecei a seguir eles, mas daí quando chegou agosto de 2020, eles me convidaram pra entrar e dali em diante meu trabalho é junto com eles e eu comecei a fazer a coordenação do grupo de modelagens. Tem um grupo de divulgação científica e texto, tem um grupo de modelagens, outro grupo de vulnerabilidade social, são vários grupos com as pessoas mais ou menos alinhadas pra tentar ajudar e por exemplo assim, o grupo de textos e divulgação, que foi o primeiro que eu entrei, é justamente o que? Escrever textos pra explicar pra população o que está acontecendo, como se testa, o que que é teste, qual é a melhor máscara, ajudar a explicar isso para as pessoas. A Rede tem o mesmo propósito que eu, só que daí multidisciplinar, muitos membros. Que é a mesma história, tentar comunicar ciências, de uma forma mais

simples e mais fácil, pra população em geral tomar melhores decisões, se fosse tentar resumir tudo.

P: E quantos participantes são? E de quais áreas?

E: É que flutua bastante, porque é 100% voluntariado. Então a gente nunca cobra nada, nunca tem metas ou nada disso, a pessoa tem condição, pode produzir, ela produz. A gente chegou a ter 80, 85 membros, mas não todos ativos. A gente teve uns 30, 35 mais ativos, que estão mais produzindo, mas a gente não faz distinção, porque é voluntário, se consegue uma vez lá fazer um texto ou ajudar numa revisão, o que a gente faz também é muita revisão por pares, escreve um texto, dá pra todo mundo revisar e o pessoal (responde) "aqui acho que não se comunica assim e tal" e o que sai é fruto da revisão de mais pessoas, se a pessoa conseguiu ajudar com aquela revisão já tá ótimo. Então assim, é difícil expressar um número, mas dá pra botar assim que tem pelo menos uns 75, 80 membros hoje no total. E tem de tudo, nós temos biomédico, biólogos, neurocientista, eu sou analista de dados, tem professor, a gente não tem nenhuma distinção também, porque a gente pensa muito nessa multidisciplinaridade pra poder ajudar, porque às vezes a pessoa quer falar sobre um assunto e outra pessoa tem um maior conhecimento, se a gente fosse só de saúde, 100%, talvez fosse super técnico. Às vezes a gente vai discutir testagem, por exemplo, e daí a pessoa vai lá falar do antígeno, umas coisas super ultra (técnicas), e daí a gente entende aquilo e diz tá "como é que eu simplifico isso pra explicar pra pessoa que não entende tanto" e isso ajuda ter pessoas de outras áreas fazendo analogias e tal. Aí as pessoas gostam muito e então é mais ou menos por isso que a gente tem (essa multidisciplinaridade).

P: "E como foi se formando o grupo? Por indicação?

E: "É, às vezes a gente conversa com uma pessoa que está fazendo um trabalho sozinha e convidamos ela pra participar da Rede. Ela pode nos ajudar e a gente ajudar ela também, às vezes a pessoa tem condição de só fazer o rascunho, o início de um texto, depois não tem mais tempo, na Rede a gente consegue continuar. A gente convida e tem pessoas também que se candidatam: "ah queria fazer parte da Rede", a única coisa que a gente tenta fazer é garantir que a pessoa está disposta e apta a fazer trabalho voluntário, porque é complicado, a pessoa tem que trabalhar o dia inteiro, tem a casa, tem a família, tem tudo e ainda tem que fazer o trabalho pra Rede. Então a gente sempre diz "tu tens que entender que o voluntariado às vezes é isso mesmo". Por exemplo, ali quando teve a segunda onda no

Brasil, que foi na virada de 2020 pra 21, não teve férias, não teve nada, a gente se sente meio que na obrigação de comunicar, de dar um monte de entrevistas explicando os riscos de números de óbitos. Eu virei o ano dando entrevista e fazendo de tudo pra tentar avisar e no fim não sei o quanto adiantou, tomara que tenha adiantado alguma coisa, mas eu tentei alertar da quantidade de óbitos. O pessoal me chamou muito mais depois que eu acertei, que daí não adiantou mais nada, quando eu falei lá em outubro, em novembro, eu disse "gente, pode ter 2.500, 3.000 óbitos por dia se a gente subir nessa taxa", daí não viram muito e aí depois lá em março, abril quando aconteceu, daí todo mundo: "Isaac disse…", agora não adianta nada. Queria que tivessem tomado alguma atitude antes.

P: Em relação às redes sociais, vocês todos são moderadores? Vocês produzem conteúdo? Vocês fazem tudo? A parte de design? Os *posts*?

E: Não é todos nós que temos a moderação das redes, mas é mais de um. Por exemplo assim, tem o grupo do Twitter, daí no grupo do Twitter tem quatro pessoas que daí tem acesso ao Twitter, então a gente diz assim: "hoje tem a campanha de vacinação, a segunda dose, tu consegues postar alguma coisa?" e aí: "hoje consigo eu" e aí vai lá a pessoa. A gente tem por exemplo, o grupo da *lives* no Youtube, que também tem mais de um moderador, justamente pra quando um não pode ou acontece alguma coisa, a outra pessoa poder ir lá, reservar o horário do vídeo, postar. Tem a Larissa e a Mellanie, por exemplo, que fazem mais as artes daqueles *cards* que vão pro Instagram, tem a Melissa Markoski que também faz os *cards* que vão pro Instagram e pro Twitter. Tem o Leonardo Rovatti que faz mais a parte de Youtube, aquelas artes com as carinhas de cada um, pra ficar tipo mais ou menos padrão. Mas são várias pessoas e conforme dá. Não tem muito: "o Isaac que tem que fazer isso". Agora, por exemplo, tem o apagão de dados, porque deu aquele ataque hacker lá do Ministério da Saúde e a gente está sem dados desde o começo de dezembro, está totalmente no escuro, hoje eu estou trabalhando com base em relatos de hospitais e intensivistas dizendo que os negócios estão piorando, mas eu não tenho mais aquele banco de dados de síndrome respiratória aguda grave,[212] por idade, pra saber o que está acontecendo. Então, eu vou fazer, por exemplo, um *post* pela Rede, mais institucional e não eu, Isaac, cobrando, dizendo "gente, esses dados? "O que que está acontecendo?" E aí eu fiz um rascunho e mandei pro grupo de coordenadores da Rede pra eles verem se está tudo ok, se faz sentido, depois como trata de dados eu vou mandar o texto pro grupo de

[212] SARS-COV-2, Severe Acute Respiratory Syndromne Coronavirus 2 (Coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2).

modelagem de dados, quando vê o pessoal diz "não, coloca isso aqui também, tira isso, bota aquilo" e daí ou eu alguém, quando vê se eu não conseguir, se der alguma emergência, alguém vai lá e posta aquele fio[213] que eu fiz. Então mistura muito, eu fiz, alguém revisa e depois vem outra pessoa e posta. Fica um fluxo, pra quem tá de fora não percebe, mas a gente consegue se ajudar, se não demoraria muito.

P: E vocês percebem assim que os *posts*, conforme o conteúdo, se ele tem mais interação ou não, se é uma coisa polêmica ou não, como é que funciona essa parte da interação das pessoas com vocês?

E: No nosso caso, especificamente, a gente notou que infelizmente, a Covid é uma coisa que a gente não quer que aconteça, então quando tem um aumento de Covid ou tem uma piora, se pegar o gráfico da Covid, ele quase bate com o nosso gráfico de interação e engajamento nas redes. Começa a piorar, daí todo mundo (procura), quando começa a baixar a gente continua postando, continua avisando, continua alertando, mas têm menos interação e menos engajamento, mas a gente não desiste, em nenhum momento, porque o nosso objetivo é esse. Tanto que a última *live*, foi um pouquinho antes de finalizar o ano, a gente inclusive, mudou, a gente alterou de leve o nome, porque era Rede análise covid-19, como se fosse uma rede de covid-19, e a gente disse não, a gente é uma rede de análise de ciências ou qualquer outra coisa e agora a gente está fazendo um especial Covid, porque a pandemia nos exige isso. Porque a gente quer mostrar que a gente fala de outros assuntos, teve por exemplo, o dia mundial de combate à AIDS (SIDA em Portugal), a gente fez um fio sobre isso especificamente, que não tem a ver com Covid, mas é importante fazer. Buscam mais a gente para saber: "Vou para a praia ou não vou?" "O que que eu faço?" "Faço a festa com minha família eu não faço?" mas a gente é mais do que especificamente só isso, então nossa interação já está muito grudada com o aumento da covid-19, infelizmente, tipo é uma coisa que a gente quer que acabe o quanto antes, eu sempre falei, eu queria que por mais que agora tem um monte de seguidores (e reconhecimento), eu trocaria tudo por não ter tido pandemia.

P: Continuando nas redes sociais, vocês conseguiram identificar um perfil de público (que mais interage)?

---

[213] Para ajudar a contar uma história no Twitter, por meio de várias publicações, os usuários costumam postar diversos tweets conectados pelo mesmo tema em sequência. Este storytelling é conhecido como "thread", que em português, significa "fio".

E: É geral, por exemplo, quando eu comecei tinha bastante professores e pais por causa das crianças na escola, lá no começo da pandemia, mas depois que as pessoas perceberam que a pandemia poderia durar muito mais do que 15 dias, 20 dias, que achavam lá no começo, aí o pessoal falou "não, quero entender disso" aí tem de tudo. Tem inclusive os cientistas pares, que a gente também conversa bastante, um usa os dados dos outros. Tem o Observatório Covid-19, que é uma outra rede, eles fazem um dado muito legal, que eles chamam de *Nowcasting,*[214] que é pegar os dados da síndrome respiratória aguda grave, eles demoram para ser digitados (no sistema), então se eu olho o dado de hoje, não está o de hoje, está o dado que alguém conseguiu digitar de uma semana atrás e aí então esse pessoal do Observatório, criou um método, junto com a Fiocruz[215], porque eles conseguem compensar esse atraso de digitação para ver o que que tá acontecendo agora e eles que fazem e a gente usa o do Observatório, porque é muito melhor, está perfeito. Então a gente tem as interações com outras redes e outros cientistas pares, que é um tipo de interação. Outro exemplo, às vezes o Átila e a Marina, que fazem as *lives*, perguntam: "Como é que está a situação?" e daí ele fala na *live* dele, tem esse público e tem também o público geral que é de tudo, tem assim de tudo, todo tipo de pessoas que justamente buscam informações, buscam entender o que está acontecendo e claro, tem os *haters*[216], que entram só para xingar, mas a gente já percebeu que faz parte.

P: E qual a rede que tem mais interação? E qual que tem menos?

E: Eu acho que o Instagram ou Facebook estão meio parelhos com menos, a gente posta lá tudo, posta os materiais, mas a gente tem mais interação no Twitter, justamente por causa dessa verticalização, quando a gente posta algo lá, chega rápido nos jornalistas, chega rápido nas pessoas e aí a informação acaba sendo ampliada nacionalmente, por exemplo, pelos jornais, pela mídia. Por exemplo, eu posto um fio lá explicando "nós estamos numa situação x", aí dois minutos depois já liga o jornalista da Globo dizendo: "pode falar comigo hoje de tarde? Eu vi teu fio!" e aí formação acaba indo para muito mais gente pela

[214] *Nowcasting* é a previsão do presente, do futuro muito próximo e do passado muito recente (Banbura *et. al*., 2010). O termo é a contração do *now* com *forecasting* e os modelos têm sido aplicados em muitas instituições e a técnica é usada rotineiramente para monitorar o estado da economia em tempo real.

[215] Fundação Oswaldo Cruz é uma instituição nacional, localizada no Rio de Janeiro, Brasil. Ela é vinculada ao Ministério da Saúde e realiza pesquisa e desenvolvimento em ciências biológicas.

[216] Um *hater* é alguém que dissemina ódio online. Alguém que manifesta uma opinião diferente, é automaticamente um inimigo. Se diferencia de um *troll*, porque estes pretendem causar bagunça e normalmente possuem um sentido de humor por trás das suas ações.

notícia. Então é nesse sentido que a gente acaba alcançando mais pessoas, porque no Facebook e no Instagram é mais horizontal, é mais difícil, porque tem que postar e aí tu tens que alcançar os teus seguidores e eles têm que ser os teus divulgadores para mais seguidores para conseguir, então quando tu olhas o número de seguidores no Insta, no Facebook é bem menor que no Twitter. Eu, por exemplo, tenho 40 mil no Twitter e o grupo do Facebook que eu criei lá tem dois mil, depois eu mudei o nome e anexei, hoje ele faz parte da Rede, tem 2.600 membros por aí, ele cresceu rápido lá no começo, mas estagnou logo, porque daí é mais a pessoa que tem que ter interesse (em buscar). E aí o Twitter ele espalha mais fácil, então por isso que as pessoas usam mais como fonte, eu noto que usam mais como fonte dê notícia também. Eu, a Mellanie e o perfil da rede em si, quando soma nós todos, dá bastante alcance.

P: "Eu vi que vocês acabaram dando muitas entrevistas né, Globo, CNN, El País, Exame (...) Tem alguma reportagem, alguma coisa que tu tenhas a destacar nesse sentido?

E: As principais foram ali na virada de 2020 para 21 sabe, teve uma entrevista para o jornal O Globo, que a gente fez um alerta de quantos óbitos poderia ter na onda, que foi a partir de um alerta que eu dei na rede social, no Twitter, e que infelizmente acabamos acertando, então essa se destacou bastante. Teve uma que eu entrei ao vivo na CNN, entrei ao vivo na Globo News também para tentar alertar. Na Globo News foi especificamente para mostrar o excesso de óbitos, que a gente estava tendo, teve muito óbito e se a gente continuasse assim, ia ter um decréscimo na expectativa de vida do brasileiro, tinha que se fazer alguma coisa. E na CNN foi para alertar, logo no começo da vacinação, que era necessário ter no mínimo dois milhões de doses aplicadas por dia, se a gente quisesse chegar numa cobertura vacinal interessante, antes de ter uma onda maior. Eu lembro que um monte de gente me xingou dizendo: "como que vai chegar?" e no fim chegou, chegou em dois milhões. São essas as que vem rápido na cabeça, mas foram inúmeras, a gente inclusive, tenta manter registro quando sai uma matéria, a gente vai lá no nosso grupinho do WhatsApp, copia e cola, e diz: "Rede saiu hoje em tal veículo". A Mellanie também deu muitas entrevistas importantíssimas, explicando principalmente sobre vacinas, como funcionavam, porque uma das coisas que a gente acha muito importante no Brasil é essa cultura de vacina, pró-vacina, que estão tentando bater, mas que o Brasil tem uma cultura muito forte pró-vacina e muito disso se deve a uma comunicação que a gente tenta fazer, não a rede, mas o país todo, de que se vacine, que é seguro, que é importante. E como agora por causa da Covid começou entrar um monte de outras coisas no meio que não

entrava, porque antes tu ia tomar vacina e pronto, não sabia se ela era feita na China, na Rússia, se ela era de vírus inativados, tu só ia lá e tomava a vacina para febre amarela, vacina para caxumba, só tomava e pronto e agora, por causa da Covid, começou aparecer cálculo de eficácia, começou a aparecer país de fabricação, tecnologia da vacina, e as pessoas começaram "Ué, o que é que isso? O que quer dizer aquilo?". Então muito importante as entrevistas que a Mellanie deu, por exemplo, para a Globo News foram várias, ela entrou na CNN também, Record News, SBT, explicando por exemplo o que que é a vacina tal, como é que ela funciona, qual é aquele cálculo de eficácia lá que disseram, como é que ele funciona efetivamente. A gente acredita que isso ajuda a tranquilizar as pessoas e recebe bastante *feedback* assim: "Obrigado, vacinei toda minha família!" "Obrigado por me explicar!". Então acreditamos que isso ajude a melhorar essa hesitação (antivacina), embora tem muita gente que é antivacina, mas tem muita gente que tem dúvida genuína ou é um pouco de medo: "eu não entendo direito, pode me explicar?" e daí tu explica e a pessoa vai e vacina.

P: Entrando nesse assunto, como foi para vocês todas essas polêmicas em relação à vacina? Como tem sido "brigar" com a desinformação?

E: A gente tenta não entrar no segmento da política, entrar o mínimo possível, porque do jeito que ficou tão politizado, hoje tu ser a favor da vacina é quase como ser contra o governo, um negócio que não tem nada a ver uma coisa com a outra. Se tu disseres: "vacine-se porque é importante!", a resposta é: "então quer dizer que tu és contra o governo?" Daí tu acaba se politizando, porque isso tomou um contorno político. Então a gente percebe que tem muitas pessoas que estão falando coisas ou bradando alguma coisa, muito mais por orientação política, porque o meu político diz isso, então vou dizer o que ele diz, do que efetivamente o que a pessoa está sentindo. A gente viu inclusive muito antivacina que se vacinou, a pessoa diz: "não tomo essa vacina", "tá, mas você vacinou?" "Vacinei!", tem vários assim, que foram até para os Estados Unidos se vacinar, quando nem tinha direito aqui, ou seja, estava louco para se vacinar, mas vão lá e falam contra a vacina. Então a gente nota que tem esse grupo que é muito mais ideológico, então não adianta, mesmo que você sente com essa pessoa e traga todos os relatórios, todos os estudos científicos, o objetivo dela é botar desinformação no ar, é tentar politizar e criar transtorno. Daí muitas pessoas são afetadas por isso, minha mãe por exemplo, me manda um WhatsApp dizendo "olha isso aqui, eu não vou tomar essa vacina", que é uma desinformação total, que morreu não sei quem que tomou a vacina, daí a gente explica que

não tem nada a ver, como é que funciona esse sistema, por exemplo, de notificações de efeitos adversos, que tem que notificar quando tem um efeito adverso em qualquer coisa. Por exemplo, tu tomou a vacina, se no dia seguinte caiu de bicicleta, tu tem que notificar, tem que dizer "caí de bicicleta", "bati a cabeça no banheiro", qualquer coisa "comi e me engasguei com a comida", daí o que acontece, as pessoas vão lá e começam a olhar aquele sistema e aí muitas vezes o pessoal vai lá e pega esse banco de dados de efeitos adversos, que é um banco aberto e diz "olha só a quantidade de efeitos adversos", daí a gente tem que explicar que isso é só um banco de dados e aí quando tu explica, a pessoa fica mais tranquila. Às vezes vemos uma desinformação, nos reunimos no grupo e decidimos se vamos falar sobre ou não. Porque o que acontece quando a gente fala sobre aquilo, a gente invariavelmente amplifica. Se eu pegar uma postagem de alguém que falou uma besteira e eu retuitar ela, eu vou estar botando para todo meu alcance, as vezes eu tenho um alcance 10 vezes maior do que a pessoa que postou aquilo, daí eu não posto. Mas aí quando vê o negócio explode, então agora eu tenho que pegar aquilo e ajudar a explicar, aí a gente acaba sim amplificando aquilo que foi falado, porque se não fica só a versão dela, mas a gente espera para fazer isso, se a gente consegue tentar abafar antes de explodir é muito mais fácil.

P: E o excesso de informação, que foi classificado como uma infodemia. Vocês entendem que isso "atrapalhou" o trabalho de vocês em algum momento?

E: É, faz parte da democracia, faz parte ter a informação mais disponível possível, a informação correta, só que junto com isso vem distorção da informação. Vou pegar um exemplo prático que aconteceu, saiu uns estudos preliminares de que essa nova variante pode ser mais leve, e aí baseado em algumas análises, com o N que a gente chama, que é o número de amostras muito baixo e aí o que as vezes sai no jornal "nova variante é mais leve", daí as pessoas "oba, então eu posso ir pra praia", "então se eu pegar não vou mais morrer", daí eu tenho que dizer para ter calma. Outra coisa por exemplo, são os pré-prints,[217] o pré-print antes quando a ciência não estava tão em voga, era até bom porque se publica um estudo, às vezes demora para ter revisão por pares, demora para publicar e aí quando tu tens um pré-print, pode já publicar no repositório anteriormente e avisa que não está revisado, que pode mudar, pode ter um erro aqui que não foi visto. Agora sai um pré-print, o pessoal pega esse pré-print e já mostra: "novo remédio que funciona e cura

[217] É uma forma de divulgar um artigo que ainda não foi submetido a revisão por pares e é enviado para plataformas específicas.

Covid", mas era só um pré-print. Teve por exemplo, um que saiu que dizia que o *lockdown*[218] matou pessoas, quanto mais lockdown mais morte e daí eu fui olhar e o que a pessoa fez, ela esqueceu ou fez de propósito, de fazer o ajuste temporal, que era aquele esquema de quando é decretado *lockdown* significa que se o *lockdown* está ativo, quer dizer que as infecções já estão acontecendo há muito tempo, deixou a infecção subir, subir, subir, quando chega naquele pico absurdo aí faz lockdown, ou seja, tudo aquilo que aconteceu antes do *lockdown*, não vai remediar com *lockdown*, então todo mundo que se infectou e vai ficar grave, vai ficar grave. Então tinha *lockdown*, ele pegava aquelas mortes e ele dizia "depois do *lockdown* aumentou as mortes". Então a gente teve que pegar aquele estudo e dizer "não faz sentido por causa disso" e daí semana passada teve a *retraction*,[219] ele foi retirado, porque estava com esse erro. O excesso de informação nesses casos é ruim, só que ao mesmo tempo a gente pensa, se não tivesse nenhum, tivesse pouca coisa, também não seria tão bom, então por isso eu digo assim, algumas coisas nos atrapalharam, mas muitas coisas nos ajudaram demais. Saía algo, a gente já lia, já revisava com os pares, teve muitos comitês científicos, por exemplo, que apoiam o governo, o governo que foi ancorado na ciência e chamou comitês. Imagina se sai um pré-print, a pessoa do comitê científico explica do jeito certo, diz as limitações, passa isso para o governador ou para (o decisor) e ele diz assim: "Então vamos tomar essa decisão aqui" e aí ele toma uma decisão pró-prevenção, pró-precaução e consegue evitar óbitos por causa daquilo. Então foi um ponto onde a informação prévia foi positiva, então por isso não dá para dizer que o pré-print foi um erro, não devia ter acontecido. Eu vi que tem muita gente que diz "pré-print é um absurdo, por mim eu tiraria fora do ar", mas eu sempre lembro que tem alguns usos bons, é muito mais o uso da pessoa, o que a pessoa faz para aquele material do que o material em si sabe. Aquele próprio da Ivermectina,[220] até hoje tem gente tomando Ivermectina, sendo que simplesmente foi um cara lá na Austrália que resolveu pegar um monte de Ivermectina e botar em um vidro e ver o que acontecia. E aí ela aniquilou o vírus e ele disse: "olha, aconteceu isso", pessoal já saiu tomando Ivermectina em casa e depois quando saíram os estudos mais firmes, viram que não tem plausibilidade no corpo humano, mas será que ele não devia ter feito aquele estudo?! Talvez se ele tivesse feito aquilo com

[218] Confinamento, tradução livre.

[219] Retratação, tradução livre.

[220] Ivermectina, assim como a Hidroxicloroquina e Azitromicina são medicamentos que já foram desaconselhados pela OMS para o tratamento da Covid.

Qboa (água sanitária), com qualquer coisa, com cloro, desinfetante, Omo, teria dado o mesmo resultado.

P: E vocês tiveram algum contato com algum governante, com algum político que procurou vocês?

E: Eu, Isaac, tive logo no começo, eu moro aqui em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul (Brasil) aqui e aí o prefeito, (depois trocou de prefeito de 20 para 21), o prefeito viu minhas postagens e me chamou, para fazer uma chamada de vídeo para explicar para ele e daí depois o coordenador / o diretor da Secretaria de Saúde, me pedia às vezes assim: "E aí como é que está a situação? O que é que está acontecendo?" Então aqui na cidade eu tive isso, depois também, tem uma pesquisa do Facebook junto com a Universidade de Maryland – EUA (e *Carnegie Mellon University*), que mostra os sintomas que as pessoas respondem, não só sintomas né, respondem várias coisas sobre a pandemia, mas uma dessas coisas elas dizendo se elas estão com sintomas ou não, daí eu achei importante porque correlaciona bem com os casos né, as pessoas que respondem na pesquisa do Facebook, logo depois acontece os casos, daí eu fiz um painel pra Rede Análise Covid falando sobre isso e um dia eu estava vendo uma *live* do governador do Estado do Rio Grande do Sul e ele usou o nosso painel, assim mostrando "olha aqui os dados, os sintomas do Facebook", daí depois eu até conversei com o pessoal lá do comitê explicando certinho, para eles se informarem, pro governador, pra ele não falar alguma besteira, explicando como é que funcionava, qual era as limitações daquele dado. Então assim, a gente teve alguns desses apoios, mas muito mais local. Eu, aqui, Isaac, foi um pouquinho com a prefeitura da cidade, a gente foi um pouco com o governo do Estado aqui do Rio Grande do Sul, por causa desses dados que a gente publica, mas não teve nada do tipo, "sim, somos parte total integrante né". Mesmo assim, quando acontece, não é necessariamente a Rede Análise Covid, o pessoal me chamou, a Mellanie também conversou com alguns comitês científicos sobre alguns estudos de vacina, algumas coisas assim e aí ela também por ela, não chamaram a Rede, daí podia sair a Mellanie e entrar a Larissa ou entrar a Melissa, chamaram ela pra explicar, então nós tivemos algumas coisas, mas não assim "somos o comitê oficial do governo".

P: Você disse que lá em outubro (2020) já estava alertando que iria acontecer uma nova onda e vendo que as pessoas talvez não estavam dando a devida importância ao que depois efetivamente aconteceu. Como é isso para ti?

E: Essa pergunta é maravilhosa, porque foi bem isso, dava uma sensação... esse filme que saiu agora do Cometa,[221] todo mundo falou "assiste, é muito legal!", eu até vi depois, mas pra que ver isso? É quase uma tortura porque é ver o que aconteceu comigo, não é legal, porque eu lembro quando eu alertei lá da segunda onda, o pessoal me ridicularizou, eu lembro que o prefeito (falecido agora) de São Paulo, era prefeito na época, falou no Roda Viva: "Que segunda onda, não está tendo segunda onda nenhuma" e já estava tendo, o Ministro da Saúde na época, que era o Pazzuelo, ele falou assim: "Para que essa angústia? Para que pressa? Está tudo tranquilo" e a gente vendo os sinais, é porque o que acontece? Quando a gente tem a onda, a gente consegue medir a velocidade que os novos casos estão sendo registrados e ela estava caindo, começou a cair lá em julho, agosto, começou a desacelerar a queda, ela começou a fazer isso e eu digo: "Porque é que está desacelerando a queda muito acima do zero?" Eu entendo desacelerar a queda perto do zero, também não vai cair abaixo de zero, mas quando começou a desacelerar, daí eu comecei a fazer o cálculo e então na verdade, o que a gente está tendo mais aumento do que queda, está mandando sinal, daí comecei a fazer os cálculos de se continuasse assim, ali por novembro, dezembro, a gente ia estar em uma onda fortíssima e que ia começar pela região norte, porque é onde começou a desaceleração. E aí o pessoal ligou / ligava, o pessoal que eu digo, os governos principalmente e a gente jogava na mídia e tentava mostrar e daí começou a ficar aquela coisa, nossa informação versus o que os governos diziam oficialmente "não está tendo nada, não está tendo nada". Eu, em 17 de dezembro (2020), estava desesperado fazendo *live*, alerta, fazendo tudo, porque já tinha (começado) e ao mesmo tempo o Presidente lá sentado dizendo: "Que nada! Não precisa vacina, está tudo bom, não vai ter segunda onda, se tiver vai ser um pequeno repique!". E aí teve o que teve né, então para mim, Isaac, foi muito frustrante, porque é que nem a síndrome de Cassandra, na mitologia grega, que ela pode alertar, alertar, alertar e ninguém acredita no que ela fala, mais ou menos isso, eu fiquei bem chateado porque se a gente tivesse tomado alguma (atitude)... tipo aqui no Rio Grande do Sul mesmo, eu lembro que começou os alertas dos sintomas do Facebook, começou na virada de janeiro para fevereiro, começou todo mundo a ter muito sintoma, no hospital ali nos dados do governo começou a subir mesmo dia 12 de fevereiro, então foi quase 15 dias depois dos sintomas, que é mais ou

[221] Filme "Não olhe para cima". No original: "Don't Look Up". 2021. Diretor: Adam McKay. O filme conta a história de dois astrônomos que descobriram que em poucos meses um meteorito destruirá o planeta Terra. A partir desse momento, eles tentam alertar a humanidade por meio da imprensa sobre o perigo que se aproxima.

menos, o tempo que demora e o governo tomou uma ação aqui de fechar, fazer tudo no dia 27 de fevereiro, porque né vai saber se é mesmo? E aí no fim, olha bem, o negócio começou a aumentar no dia 30 de janeiro e só dia 27 de fevereiro e a gente teve o que? Uma onda massiva, muita gente morreu, porque se a gente tivesse tido atitude: "não, vamos fazer alguma coisa já no dia 02 de janeiro, sei lá", talvez tivesse freado a transmissão e tivesse conseguido isso, mas aí (o governo) fica naquela "será? A população vai ficar chateada!". E aí tem um outro problema que é aquela coisa, se o governante vai lá e toma uma decisão na hora certa e evita uma onda, o que a população ia dizer "não aconteceu nada!". Então para que que ele vai fazer tudo isso, se "olha só, não aconteceu nada", entendeu?! E aí então parece que tem que acontecer uma coisa horrível, para que a gente possa reagir aquela coisa horrível e daí dizer "ah, pois é, fizemos o que podemos". Quando a gente previne efetivamente, por exemplo, que nem nos países asiáticos, eles têm essa cultura diferente, eles previnem, você vê Japão, Coreia do Sul, eles têm uma cultura totalmente diferente de usar máscara, desde muito tempo antes, de prevenir isso por dever cívico. E aí o que acontece? Dá esse problema, as pessoas ficam aprendendo a reagir ao invés de prevenir, eu sempre brincava, tem um incêndio, então se tem fumaça a gente já deveria fazer alguma coisa, não, as pessoas preferem que tenha escombros já, se tiver cinzas, escombros "opa, então vamos fazer algo", mas se tem cinza quer dizer que já está pegando fogo há um tempão, você já perdeu muito tempo de ação, a gente tem essa cultura aqui, é um pouco ruim.

P: E o que tu prevês daqui para frente? Se a pandemia ainda vai continuar? E Pós-Covid, o que tu pensas sobre isso?

E: Eu acho que a gente está com as vacinas efetivamente, a gente está rumando para um cenário melhor, isso é uma coisa que dá para ver, a gente consegue ver que mesmo nos locais que estão tendo ondas, porque essas ondas que estão tendo na Europa agora, mesmo assim tu vê que elas são resultado da estagnação da cobertura vacinal, que ela chegou ali em 60%, 70% e travou em vez de vacinar tudo, crianças em todo mundo, até chegar aos 90% da população, ela estagnou e teve uma flexibilização meio que generalizada, aquela coisa "ó, não tem mais piora", então agora paro de usar máscara e aí as pessoas "ah, então vamos voltar ao normal", quando tu soma essa flexibilização com isso, tem uma onda absolutamente desnecessária, que não precisaria ter, mas infelizmente teve. E aí quando a gente vê essa onda e vê as hospitalizações e os óbitos dela, a gente vê o que? A vacina funciona porque ela reduziu muito a hospitalização e óbito, mas ao mesmo tempo ainda

tem muita gente hospitalizando e muita gente morrendo, em relação à onda anterior é bem menos, mas em relação à vida antes da pandemia, ainda é muito, muita gente morrendo. O Brasil parece que tá querendo fazer o mesmo "pagar para ver" que a Europa fez sabe, porque a gente tá agora tendo aumento de casos, a gente está no escuro, a gente está vendo por testagem, a gente olha laboratório privado, fala com o pessoal de laboratório privado, está aumentando um monte a positividade dos testes, está muito parecido com o aumento que teve na Europa. Daí o que acontece se a gente deixar e pagar para ver e flexibilizar e dizer "Ah não precisa mais máscara na praia", essas coisas e estagnar a cobertura vacinal ali nos 70% e pouco e começar essa onda de não vou vacinar criança, isso que está acontecendo, pode acontecer de a gente ter uma nova onda estilo Europa assim, uma onda com um monte de casos. Aí como o Brasil está bem vacinado, muitos deles leves, muitos deles sem hospitalização, mas ainda o vírus por estar transmitindo bastante, ele ainda vai chegar nos vulneráveis, ele vai achar. E aí ainda a gente pode ter mais uma onda de hospitalizações e óbitos, mesmo assim a gente está rumando para o fim disso. A não ser que aí é uma coisa totalmente ao acaso, que a gente gere por causa dessa transmissão desenfreada, uma variante ou alguma coisa assim, que mude o jogo né. Imagina, gerou essa Ômicron[222] e aí parece ser um pouco mais leve, parece, tem um perfil diferente, mas imagina que a gente vai lá e continua transmitindo que nem nos Estados Unidos, chegou a 500 mil casos por dia, de média, um negócio que nunca vi, aí essa quantidade absurda de gente gere uma nova variante que daí seja mais grave ou sei lá recombine com vírus da gripe, uma coisa muito aleatória, é muito difícil, mas a gente está dando chance para o vírus, a gente está dizendo: "ó, tenta aí, tenta mudar e vê o que tu consegue gerar de variante", aí cada vez que replica pra uma pessoa é como se a gente dissesse pro vírus "mais uma chance pra ti", mais um sorteio na roleta pra ver se vai gerar a variante e a gente está fazendo isso. Então se nada mudar, se tudo continuar, a gente continuar com essas vacinas com esse nível de eficácia, a gente vai abafando (o vírus), que nem a gente vê, outras ondas: a varíola,[223] por exemplo, foi erradicada, tu olhas o gráfico, tu vês que na verdade ela foi erradicada por picos né, é um pico, daí é um pico menor, menor e menor,

[222] A Ômicron é uma variante do Covid-19, que é mais contagiosa, pois esta variante do vírus desenvolveu mutações que permitem a ela aderir mais facilmente às células humanas, as pessoas podem ser reinfectadas mesmo que tenham tido a doença anteriormente ou tenham sido vacinadas, ela se replica no trato respiratório superior, facilitando a propagação do vírus, diferentemente da Delta e de outras variantes que se replicam principalmente no trato respiratório inferior, ou seja, nos pulmões.

[223] A varíola é um vírus contagioso, desfigurante e que poderia ser mortal. A ocorrência natural é considerada erradica pela OMS desde os anos 1980, após a realização de uma campanha de vacinação maciça, que envolveu o mundo inteiro.

então parece que a gente está indo neste caminho, só que daí é muita morte evitável. Então de previsão eu vejo que o Brasil parece que pode entrar agora no começo de 2022, em uma nova onda totalmente evitável, que não precisaria ter, basta conscientizar, comunicar para fazer políticas fortes de uso de máscara PFF2,[224] não aglomerar, que a gente conseguiria reduzir a transmissão. Eu acho que isso é uma coisa evitável, mas que tem muita chance de acontecer pelo que eu estou vendo nas positividades, é um negócio absurdo, aqui no Rio Grande do Sul aumentou um monte os casos confirmados, eu estava vendo até que acabou, as farmácias não tem mais teste, acabou os testes, esgotou tudo. O que significa alguma coisa né, significa que está todo mundo com sintoma, indo buscar. De pós-covid, que é a outra parte da tua pergunta, eu vejo assim, espero, aí mais uma torcida minha, para que a gente continue tendo esse olhar melhor para ciência que a pandemia deu, nos jornais, da mídia fazer reportagem, explicações, não só aquelas coisas assim mais sensacionalistas, a mídia às vezes nem fazia de propósito, dá para notar claramente, quando tu senta e conversa com um jornalista, eu por exemplo nas entrevistas, muitas vezes eu via que ele fazia pergunta, e eu dizia "não, calma não é assim", "Ah, então obrigado", daí ia lá e postava direitinho, certinho. Quer dizer que talvez se ele não tivesse conversado (não saberia), talvez não tinha tantas pessoas aptas e dispostas a conversar, ele podia postar uma notícia, com a manchete que não fazia muito sentido, sem nem querer, por causa que não tinha essa orientação. A gente está vendo muito mais jornalista de dados, as pessoas entendendo a mexer com dados, a gente está vendo mais jornalismo de ciências, então eu espero que pelo menos, surja isso, uma melhor comunicação de ciências e uma melhor e maior interesse da população que não seja só Covid, depois esqueceu tudo, ciências, esqueceu o que é vacina, esqueceu... não, que a gente continue falando, porque daí o que que acontece? A gente vai ter uma consciência melhor enquanto população, vai diminuir doenças, vai melhorar a saúde, quanto mais ciente de tudo, melhores as decisões que a pessoa toma. Aquela coisa, sabia que se tu atravessares a rua sem olhar tu vais ser atropelado? Ah, então eu vou olhar, sabe, a pessoa começa a tomar aquela decisão sem ter um fiscal do lado, dizendo: "olhe para os lados!", a pessoa entende que aquilo é perigoso. Se a gente continuar nesse tipo de divulgação pós-covid e as pessoas continuarem com o mesmo interesse, eu acho que essas decisões das pessoas sobre que cuidado eu vou ter (é

[224] Máscara recomendada para se proteger e proteger aos outros do Covid. Para ela ter um selo de aprovação pelas entidades fiscalizatórias, como o Inmetro (no Brasil) ou Niosh (*National Institute for Occupational Safety and Health*, nos Estados Unidos), ela precisa filtrar pelo menos 95% das partículas transportadas pelo ar.

importante). Imagina se todo mundo começar a usar máscara quando está gripado, por exemplo, pós-covid né, aquela coisa, estou com sintoma de síndrome gripal, vou ter que sair, fazer um negócio, bota uma máscara PFF2 e protege todo mundo ou a pessoa que vai acompanhar o esposo, ou o marido, ou o filho no plantão do hospital, daí chega lá tem um monte de criança gripada, gritando e chorando com febre. Evitava de pegar uma gripe, se eu estivesse com uma PFF2 bem apertada. Então se esse tipo de conhecimento ampliar e a gente reduzir a incidência de doenças, reduzir e melhorar a saúde, eu acho que esse é o melhor legado pós-covid que a gente possa ter.

APÊNDICE F - Entrevista 02

P: Qual era a tua ideia inicial ao criar esse grupo? Identificou alguma lacuna?

E: A ideia era criar um ambiente de discussão, porque a gente estava vendo a pandemia em vários outros países e ainda não tinha exatamente começado a chegar no Brasil, assim no sentido de que a gente teve os primeiros casos, acho que foi em março e o grupo foi criado em fevereiro, então uma ideia era construir um espaço de discussão para tentar entender o que estava acontecendo em outros países e ver o que poderia acontecer aqui para tentar lidar da melhor forma possível e acabou que o grupo acabou se diversificando e ganhando mais membros, mais propostas e a gente também resolveu além de colaborar com essa história de dados, de fazer análises, também atuar em outras frentes como divulgação científica e também análise de populações vulneráveis.

P: E quantos membros tem hoje?

E: Ah, a gente deve estar entre uns 60 / 80 membros, talvez um pouco menos.

P: Ok! Aí você teve a ideia e foi convidando as pessoas conforme você conhecia, por aproximação ou como foi isso?

E: Sim!

P: E são de que áreas mais ou menos?

E: Várias áreas do conhecimento. Todas que tu puderes imaginar, desde as exatas mais duras até às ciências das humanidades, comunicação, design, área da saúde. Enfim, tem de tudo assim.

P: E são todos voluntários?

E: Sim, todos são voluntários.

P: E como se deu a organização do grupo?

E: A gente criou um espaço de coordenação com algumas pessoas que se voluntariaram ajudar a estruturar a rede e fomos então organizando daí. No sentido de criando outros espaços para grupos de trabalho assim.

P: E não é vinculado a nenhuma universidade né? Tudo por iniciativa de vocês?

E: Não! Isto!

P: Então desde o início você já utilizaram as redes sociais? Vocês sempre foram os moderadores? Quem cria os conteúdos?

E: A gente vai criando entre nós, tem pessoas que acabam gostando mais de criar esses conteúdos e trabalhar mais em comunicação nas redes sociais, tem outros que gostam mais de fazer análises e estudos epidemiológico, então cada um faz o que se sente mais à vontade e o que pode contribuir mais.

P: E tem alguém de comunicação?

E: Algumas pessoas têm, muitas delas não são da área de comunicação, mas tem um perfil de divulgador científico.

P: Que tipo de posts vocês percebem que têm mais interação?

E: A gente tenta fazer sempre postagens que se aproximam do público usando algumas referências mais familiares, de alguma série, de algum filme, de alguma coisa, para tentar tornar uma coisa também menos formal e mais descontraído. Então, a gente tenta fazer algo nesse sentido.

P: Vocês chegaram a identificar um perfil de público que mais interage com vocês?

E: Depende muito. Depende da rede social, nas redes sociais vai ter uma presença maior de jovens, em outras tu tens uma presença maior de outras faixas etárias. Então acho que a gente acaba conversando bastante com jovens, adultos e um pouco assim do público idoso.

P: E qual rede social é a principal? Ou seja, qual a rede social que tem mais engajamento?

E: Ah, o Twitter sem dúvida.

P: E que menos tem?

E: Ah, Facebook talvez.

P: Além disso, vocês também acabaram dando muitas entrevistas, para Globo, Correio do Povo, eu vi alguma coisa na CNN, não sei se tem alguma entrevista a destacar? Que tu consideras que foi importante?

E: Acho que talvez em canais internacionais, talvez esses destaques que a gente recebeu nessas páginas sobre o nosso grupo. As parcerias que nos pediram para apresentações, por exemplo, com embaixadas de outros países, acho que algo nesse sentido eu diria.

P: Internacional, seria qual?

E: É uma parceria com o CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), que me convidaram para uma palestra com algum pessoal da Embaixada da China.

P: E tu deu também entrevista para algum meio de comunicação internacional?

E: Sim.

P: Qual /quais?

E: Foi o The World, Bloomberg, já participei também de uma entrevista nessas revistas da Science, coisas assim.

P: E tudo isso foi através do grupo, da Rede Análise?

E: Sim!

P: Através da Rede Análise, vocês estão fazendo todo um trabalho de divulgação científica, dando entrevistas, que consome bastante tempo etc e em paralelo a isso tem muita desinformação, muitas *fake news*. Tanto no Brasil, como no mundo inteiro. Como isso interfere no que vocês estão fazendo? Como vocês agem em relação a isso quando veem uma notícia falsa?

E: Então a gente tem um grupo dentro, da parte de divulgação científica que também trabalha bastante com essa história de *fake news*, né? A gente sempre tenta esclarecer o que os seguidores nos mandam, para eles terem esse contraponto e divulgarem nos seus

círculos e realmente assim é bastante desafiador, porque são muitas, muitas delas acabam re-circulando, com uma cara diferente, uma palavra diferente. Então é um trabalho que a gente também tenta fazer de tentar incutir senso crítico nas pessoas, criar ferramentas que essas pessoas possam usar para fazer uma validação inicial, se aquele conteúdo faz sentido, se não é *fake*, que elas podem usar para tentar se proteger dessas *fake news*.

P: E como tu vê essa polarização e essa politização em relação a Covid?

E: Acho que foi bastante complicado, né? Porque muitos temas acabaram ficando enviesados por conta dessas questões políticas, ficou difícil de abordar algumas coisas também, porque as pessoas entendiam que isso poderia ter um fator político interferente, político partidário no caso, quando não, então acabou virando uma disputa de narrativas enviesadas por esse cunho político-partidário.

P: E tu chegou a ter algum contato com algum político. Algum político que te procurou pedindo informação?

E: Sim!

P: Mas foram a nível Municipal? Estadual?

E: Foi a nível municipal e estadual.

P: E através desse teu contato, tu soubeste que por exemplo, o governante decidiu por alguma medida de restrição ou teve alguma consequência?

E: É, isso eu não consegui saber, na verdade porque eu não consegui acompanhar, muito pelo fluxo de atividades que a gente teve no período, mas eu fiquei positivamente impressionada pela abordagem, pela proatividade de buscar pessoas engajadas em divulgação científica ou na ciência para esclarecimento, mas eu não cheguei a observar o que foi feito, até porque não era um município onde eu resido, ou o Estado que eu resido então ficou difícil de fazer esse acompanhamento.

P: Foram criados / surgiram inúmeros grupos antivacina, várias polêmicas, agora mais recentemente em relação a vacinação das crianças. Como tem sido esse processo para ti?

E: Tem sido desafiador, né? Porque a gente faz isso no nosso tempo livre. Não é nossa ocupação, a gente não ganha nada por isso a nível monetário, a gente faz tudo pelo voluntariado, sabendo que é relevante ser feito nesse momento. Muitos de nós gostaram muito dessa experiência e queremos continuar fazendo isso, mas é desafiador porque a gente recebe muitos ataques muitas vezes, de pessoas que não nos conhecem e que não

conhecem nosso trabalho, mas que acham que a gente possa ter algum viés político partidário, quando a gente não tem, dentro do que a gente faz na comunicação científica, então às vezes é bastante exaustivo, emocionalmente falando, por conta disso, pelas ameaças e ataques, mas acho que a necessidade de se fazer isso e ver que as pessoas se sentem muito acolhidas e felizes por suas dúvidas terem sido contempladas e respondidas, que tem um canal ali onde elas possam compartilhar experiências e situações. Acho que isso faz tudo valer a pena, assim.

P: Esses ataques que tu mencionaste são no perfil da Rede ou diretamente a tua pessoa?

E: Diretamente a minha pessoa.

P: Vocês estão há quase dois anos com esse grupo, fazendo publicações, dando entrevistas, recebendo até ataques como tu acabou de comentar e ao mesmo tempo, vendo muitas pessoas, não cumprirem regras, não usarem máscara, nem quando era obrigatório. Qual é o sentimento que fica para ti enquanto divulgadora?

E: Ah, a gente, é aquela sensação mista, a gente fica feliz de poder estar contribuindo, mas ao mesmo tempo a gente também ver certas situações ou passa por certas situações que causam desgaste imenso né.

P: Como tu vê daqui para frente a questão em relação a Covid?

E: Eu acho que em 2022, a gente ainda vai ter esse enfrentamento, né? Eu não vejo com tanto otimismo assim de que será o ano que a gente vai sair da pandemia. Eu espero que seja, mas esse início de 2022 tem me deixado bastante preocupada, por esse aumento aí de casos, de contatos. Esse entendimento das pessoas em relaxar as medidas de enfrentamento é totalmente deturpado e não deveria estar acontecendo agora. Acho que a gente precisa incutir nas pessoas a responsabilidade da manutenção dessas medidas. E sobretudo, da necessidade da vacinação, das pessoas se vacinarem e enfim terem essa proteção aí com o reforço também. Então eu acho que vai ser um ano bem desafiador, até porque também é um ano de eleição. Então a gente vai ver muito amplificado essa questão político-partidária que pode repercutir em algum ponto da pandemia também. É bem desafiador fazer comunicação num ambiente assim, mas mais do que nunca ela deve ser feita, a gente tem que estimular as pessoas também a lembrarem enquanto a ciência é importante e deve também pesar nas escolhas dos nossos representantes e enfim, espero que mesmo questão não foi o ano que a gente posta de fato oficialmente da pandemia, que seja um ano onde a gente se aproxime muito mais disso, a ponto de ficar muito eminente essa saída né.

P: E Pós-Covid?

E: Acho que tem toda essa questão da covid longa né, que é um problema. Um problema imenso que está sendo enfrentado por várias pessoas e que também vai ter um impacto importante no nosso sistema de saúde, acho que a gente tem também a questão, porque mesmo saindo da pandemia, o vírus ainda pode ser endêmico, né? Então a gente vai ainda lidar com alguns casos, então temos que tomar cuidado nisso, aumentar a testagem, entender de quanto em quanto tempo, se for o caso, precisaria ter essa vacinação. Então acho que seria isso.

P: E tu acha que vai ter consequências positivas?

E: Claro que vai ter coisas boas. Claro que vai ter, a gente teve um avanço científico imenso que vai repercutir em várias outras áreas. A gente tem aí vacinas de RNA que agora com essa aprovação, podem também dar espaço para pesquisas em outras áreas. Enfim, tem muitas coisas positivas, né? Muitas delas envolvendo avanços científicos que fizemos nesse meio tempo.

P: Tem mais alguma coisa que tu queiras comentar / acrescentar?

E: Acho que essa questão de reforçar o uso da máscara, combinando com distanciamento e preferência por ambientes bem ventilados, conhecer os riscos e tomar proteções, vacinar com esquema completo, dose de reforço. Acho que sempre repetir isso é importante.

APÊNDICE G- Termos de Consentimento Livre e Esclarecido/ TCLE - Isaac Schrarstzhaupt

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar na pesquisa de campo referente ao projeto/pesquisa desenvolvida(o) para a tese de doutorado/doutoramento em Ciências da Comunicação, da Universidade Nova de Lisboa, de Cássia Ariane Scherer, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº +55 (51) 995229491 ou e-mail cassia.comunica@gmail.com. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Professora Doutora Ivone Ferreira. Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo. Minha colaboração se fará por meio de entrevista semi-estruturada, a ser gravada, via online, a partir da assinatura desta autorização. O acesso e a análise dos dados coletados se farão pela pesquisadora. Autorizo o uso dos dados concedidos nessa entrevista. E, por fim, atesto recebimento de uma cópia assinada deste documento.

Data: 04 de JANEIRO de 2022

Assinatura da pesquisadora: Cássia Scherer

Assinatura do(a) participante: Isaac V. Schrarstzhaupt

APÊNDICE H- Termo de consentimento Livre e Esclarecido/ TCLE - Mellanie Fontes-Dutra

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar na pesquisa de campo referente ao projeto/pesquisa desenvolvida(o) para a tese de doutorado/doutoramento em Ciências da Comunicação, da Universidade Nova de Lisboa, de Cássia Ariane Scherer, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº +55 (51) 995229491 ou e-mail cassia.comunica@gmail.com. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Professora Doutora Ivone Ferreira. Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo. Minha colaboração se fará por meio de entrevista semi-estruturada, a ser gravada, via online, a partir da assinatura desta autorização. O acesso e a análise dos dados coletados se farão pela pesquisadora. Autorizo o uso dos dados concedidos nessa entrevista. E, por fim, atesto recebimento de uma cópia assinada deste documento.

Data: 11 de JANEIRO de 2022

Assinatura da pesquisadora: Cássia Scherer

Assinatura do(a) participante: Mellanie Dutra

APÊNDICE I- Tabela 01

Tabela 01

Tipologia posts analisados - Instagram

Posts x tipologia	Defesa de causa	Promocional	Institucional	Informacional	Relacionamento
Post 01				X	
Post 02	X				
Post 03			X		
Post 04				X	
Post 05				X	
Post 06			X		
Post 07					X
Post 08					X

Nota. Elaborado pela autora.

ANEXOS

ANEXO A – Lista de membros da Rede Análise

Membros Rede Análise

Coordenadores:

Mellanie Fontes-Dutra da Silva – Idealização

Daniel Hasan Dalip - Coordenadoria de coletas de informações

Lilith Schneider Bizarro - Coordenadoria de coletas de informações

Luciana Drumond - Coordenadoria de coletas de informações

Isaac Negretto Schrarstzhaupt - Coordenadoria de análise de dados e modelagens epidemiológicas

Marcelo Alves de Souza Bragatte – Coordenadoria de análise de dados e modelagens epidemiológicas

Caio Souza Jardim – Coordenadoria de populações vulneráveis

Carmelita Veneroso - Coordenadoria de populações vulneráveis

Ananias Queiroga de Oliveira Filho - Coordenadoria de textos e divulgação científica

Fernando Kokubun - Coordenadoria de textos e divulgação científica

Luciana Farias Santana - Coordenadoria de textos e divulgação científica

Membros ativos:

Adriana Bernardes de Jesus

Alexandre Alfradique Scotti

Aline Cristina Pinto

Amanda Gonzalez da Silva

Anderson Criston Nascimento Alves

André Luis de Melo Sales

Andrea Franco Lima e Silva

Angel Miríade de Souza
Aryanne de Franca Alcântara
Bruna Soares Marques
Bruno Henrique Mioto Stabile
Caio Begotti
Cristal Villalba
Dherfferson Montini Barros
Dionatan Pinto de Souza
Eduardo Cristiano Hass da Silva
Emanuelle Maria Soares de Oliveira
Enzo Menezes
Fernando Borges Weimer
Gabriela de Castro Moura
Humberto Ribeiro de Souza
Isabela Costa Souza
Izabela Amelia Marques de Andrade
Izabela Carvalho
Jéssica Nazareno
Jorge Alberto Araujo
Joyce Kelly dos Santos Oliveira
Juliana Arena Galhardo
Juliana Castilhos Beauvalet
Juliano Farias
Lara Galvani Moura
Larissa Lima
Leticia de Macedo Silva
Letícia Serafim da Costa
Leonardo Costa Resende
Leonardo Rovatti de Oliveira
Leonardo Dorneles Araújo
Lucas Loezer
Lucas Schenatto de Sena
Maria Leopoldina de Lavor Delgado
Maria Luíza Casado Jacinto
Mateus Lucas Falco

Mateus Raganhan Figênio
Melissa Markoski
Michele Brito Pinheiro
Miguel Angel Buelta
Mirelle Araujo Casagrande
Nathan Ryzewski Strogulski
Paula Mara Ribeiro
Pâmela Garcia Guimarães
Paula Vanacor
Pedro Luis Deolindo Nogueira
Petrônio Cândido de Lima e Silva
Ribamar Freitas do Nascimento

Fonte: Site Rede Análise.

ANEXO B - Figuras *layout* - Plataforma de Comunicação - Rede Análise

Figura 01

Layout Site Rede Análise



Nota. Fonte: Site Rede Análise

Figura 02

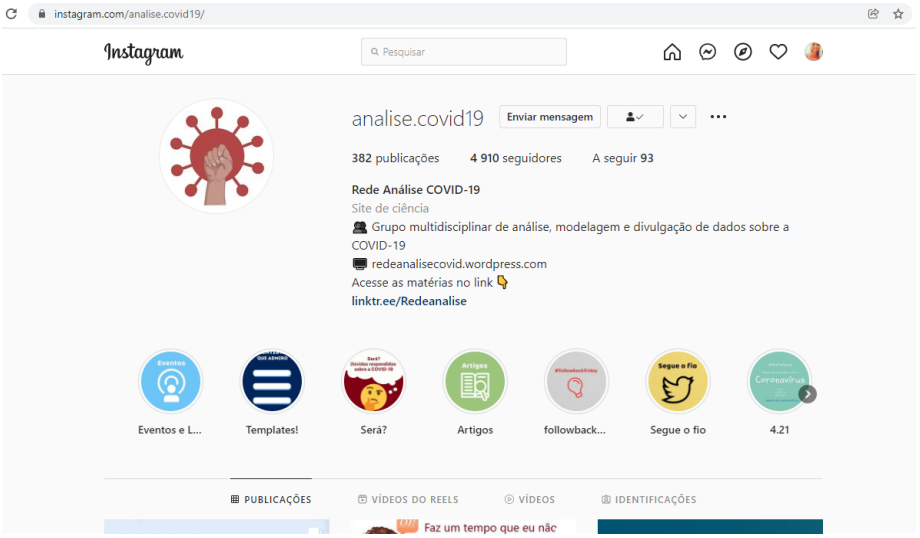
Layout Facebook Rede Análise



Nota. Fonte: Facebook Rede Análise

Figura 03

Layout Instagram Rede Análise



Nota. Fonte: Instagram Rede Análise

Figura 04

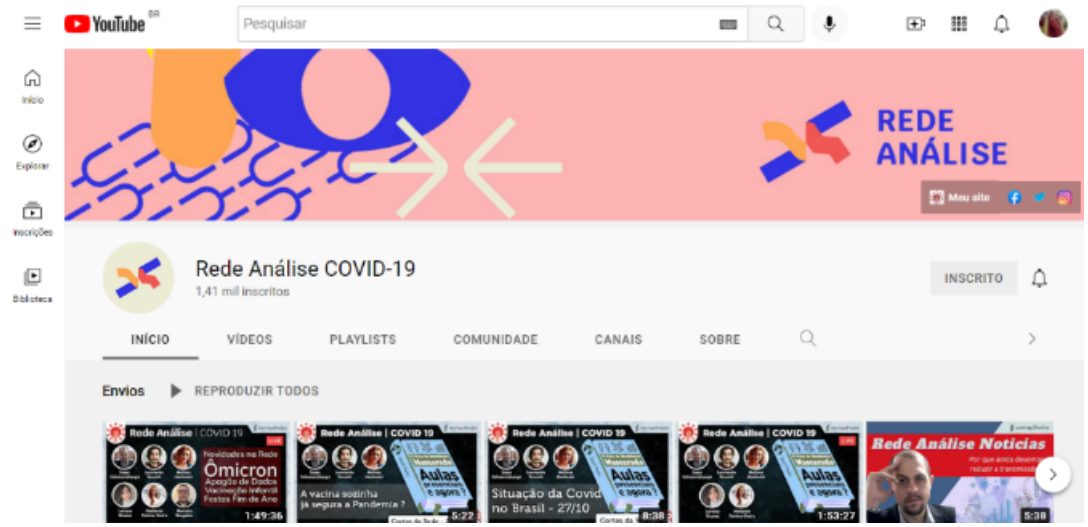
Layout Twitter Rede Análise



Nota. Fonte: Twitter Rede Análise

Figura 05

Layout Youtube Rede Análise



Nota. Fonte: Youtube Rede Análise