



Novas Mídias Sociais e Desenvolvimento Local: a *Web 2.0* como canal de interação e compartilhamento para comunidades de contexto popular¹

Adriana do Amaral Freire²

Resumo

O texto estuda os usos das mídias sociais e da *web 2.0* por comunidades de contexto popular, para saber se esses novos meios possuem potencial para influenciar o desenvolvimento local. Para realizar essa análise, foram selecionados como amostra os *blogs* das comunidades recifenses: Ilha de Deus e Caranguejo Tabaiães. Dois questionamentos emergem em uma avaliação preliminar: um relacionado ao compromisso com a regularidade do conteúdo e outro ligado ao engajamento da população do local. A pesquisa demonstrou que esses grupos utilizam os espaços virtuais para revelar a sua realidade; para promover a sua cultura; para abordar assuntos como a política ambiental e os esportes; dentre outros temas do seu interesse e que podem influenciar o processo de desenvolvimento do local.

Palavras chave: mídias sociais; *web 2.0*; desenvolvimento local; Ilha de Deus; Caranguejo Tabaiães.

Introdução

Este artigo pretende analisar os usos das novas mídias sociais por comunidades de contexto popular; observar as ferramentas disponibilizadas por sites provedores de acesso e conectividade livre aos usuários em geral, num cenário onde a comunicação através de redes virtuais 2.0 se consolida como sendo interativa e colaborativa; e verificar como essas ferramentas podem favorecer o desenvolvimento local, em espaços onde ocorre a privação do acesso aos bens necessários para a vida em sua plenitude.

Especificamente, para observar os mecanismos interativos providos pelas novas mídias e os seus usos por populações de contexto popular, o artigo realiza uma análise da participação das comunidades recifenses Ilha de Deus e Caranguejo/Campo Tabaiães na *Web 2.0*, através do *site Blogger*, destacando as interações que ocorrem nesse meio. A Ilha de Deus também está presente em duas outras mídias sociais, no Orkut e no Flickr, porém a sua atuação no *Blogger* é mais intensa.

O *Blogger* é um site que permite aos seus usuários a criação de um espaço individual personalizado (*blog*), o compartilhamento de informações de formatos diversos (texto,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Instituto Superior de Administração - ISEAD. Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela UFRPE. E-mail: <adfreire2@hotmail.com>.



imagem, áudio, arte gráfica) e a comunicação interativa entre esses usuários. De acordo com a definição abaixo (WIKIPÉDIA, 2011), é:

[...] um serviço do *Google*, que oferece ferramentas para edição e gerenciamento de blogs, semelhantemente ao *WordPress*. O *Blogger* permite a hospedagem de um número ilimitado de blogs [...] Lançado em agosto de 1999, foi uma das primeiras ferramentas dedicadas à publicação de blogs e é conhecido por popularizar o formato.

De acordo com o próprio Provedor do serviço (BLOGGER, 2011) um blog é:

Um diário pessoal. Uma tribuna diária. Um espaço interativo. Um local para discussões políticas. Um canal com as últimas notícias. Um conjunto de links [...] Desde o lançamento do *Blogger*, em 1999, os blogs redesenharam a *Web*, dinamizaram a política, sacudiram a imprensa e deram voz a milhões de pessoas.

Mesmo já tendo sido utilizados mais fortemente pelos usuários da *Web* em períodos anteriores, no início da popularização da Internet, a utilização dos blogs ainda se mantém em aplicações atuais. Como exemplos o *blog* da Organização Informal Caranguejo Uça (2011), que pertence a Comunidade Ilha de Deus e o *blog* da comunidade Caranguejo/Campo Tabaiães (2011).

Essas Comunidades, citadas acima, estão situadas na cidade do Recife, ambas em regiões de manguezais, o que as caracteriza como áreas de proteção ambiental, além dessas questões compartilham problemas sociais relacionados à habitação, infraestrutura urbana, falta de acesso aos bens econômicos básicos e falta de uma política de preservação ambiental adequada a realidade das populações residentes nos locais. São consideradas, pela Prefeitura da Cidade (RECIFE, 2011), Zonas Especiais de Interesse Social (ZEIS 06 e 10). Segundo dados do PNUD (BRASIL, 2005), a Ilha de Deus possuía no ano de 2000 um total de 924 habitantes, enquanto o Caranguejo/Campo Tabaiães possuía 3.458 habitantes. Em ambas existem grupos organizados, porém informais, que estão utilizando os espaços virtuais da Internet através das mídias sociais para compartilhar a sua realidade com o mundo.

O termo Mídias Sociais pode ser observado como uma tipologia inovadora e revolucionária na área da Comunicação, mais ainda no contexto do Desenvolvimento Local. Esse termo determina um novo meio para interação que está cada vez mais presente no cotidiano das relações sociais, impulsionando-as a se consolidarem no ambiente tecnológico.

Em uma perspectiva mais tecnicista, no texto abaixo em destaque, Manovich (2002) analisa a linguagem empregada nas novas mídias, relacionando-as a culturas e tecnologias e



situando-as no campo de tradições culturais artísticas, de linguagem visual, de informação, de experiência interdependente com o campo tecnológico da linguagem computacional, da interface gráfica e das ferramentas de *software* aplicativos:

situate new media in relation to a number of other areas of culture, both past and present: other arts and media traditions: their visual languages, their strategies for organizing information and the viewer's experience; the material properties of the computer; the ways in which it is used in modern society; the structure of its interface and key software applications; contemporary visual culture: the internal organization, iconography, iconology and viewer experience of various visual sites in our culture (MANOVICH, 2002, p. 13).

A partir das percepções de Manovich (2002) observa-se que, para acessar as novas mídias e interagir nesses meios, é necessário o uso de tecnologias computacionais e o domínio relativo dessas ferramentas. O desenvolvimento tecnológico vem popularizando gradativamente o acesso aos meios computacionais, de acordo com a pesquisa do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC, 2010), o percentual de crescimento, no Brasil, da posse de computador e Internet foi de 21% e 20%, respectivamente, entre os anos de 2005 e 2009. Porém, um dado importante para esse estudo, observado na pesquisa CETIC, é relativo à renda dos entrevistados, demonstrando que apenas 7% dos que possuem computadores recebem até um salário mínimo, contra 84% de usuários que tem renda acima de R\$4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais) por mês. Esses números indicam que o acesso a bens tecnológicos cresceu rapidamente nos últimos anos, embora, esse crescimento ainda ocorra de forma desigual, concentrando-se mais fortemente nas classes com maiores rendimentos financeiros.

Do ponto de vista do novo comportamento social em relação aos novos meios, percebe-se que o interesse das pessoas no mundo todo e a possibilidade de acesso às novas tecnologias da informação e da comunicação crescem progressivamente. A importância e o crescimento da Internet como veículo de comunicação na contemporaneidade são questões que já se inserem nas discussões de domínio público. De fato, o crescimento do uso da Rede entre a população mundial é uma realidade e a sua importância, diante dos demais veículos de comunicação, também. Os dados de uma pesquisa publicados em uma revista da área de tecnologia da informação (INTERNET É..., 2010, p.10) revelam que 80% dos entrevistados consideram o acesso à Internet como direito fundamental do ser humano, esse estudo entrevistou 28 mil pessoas de 26 países do mundo. O Painel IBOPE/NetRatings 2009 aponta que cerca de 28 milhões de pessoas, no Brasil, acessaram a internet de forma ativa nesse



mesmo ano, e em 2005, esse número ficava em torno de 12 milhões; esses dados demonstram o crescimento rápido do acesso que em quatro anos mais do que dobrou. O caderno de Informática do Jornal do Comércio do Recife, de 21 de julho de 2010, destaca que o Facebook estava comemorando a marca de 500 milhões de usuários. No Brasil, cerca de 35 milhões de usuários, de acordo com reportagem divulgada no site da globo.com (LÍDER NO..., 2009), acessam a rede de relacionamento do Orkut e 57% desses acessam diariamente, pelo menos uma vez por dia. Essas informações reforçam a ideia da importância que têm as redes sociais virtuais na atualidade, inclusive no Brasil.

O estudo das novas mídias vem atraindo cada vez mais a atenção dos pesquisadores, com mais intensidade nessa última década, interessados em conhecer os efeitos desses novos meios sobre os seus usuários e as novas formas de interação nos ambientes virtuais. Ao analisar uma pesquisa sobre os usos da Internet dentro de uma determinada comunidade no Canadá, Castells (2003) afirmou que:

O uso da Internet aumentava a sociabilidade tanto à distância como na comunidade local. As pessoas estavam mais a par das notícias locais pelo acesso ao sistema de e-mail da comunidade que servia como um instrumento de comunicação entre os vizinhos. O uso da Internet fortalecia relações sociais tanto à distância quanto num nível local para laços fortes e fracos, para fins instrumentais ou emocionais, bem como para a participação social na comunidade (2003, p. 103).

Esses usos da Internet para a sociabilidade, destacados por Castells, devem ser fortalecidos pelos usos das Mídias Sociais, que vêm possibilitando várias formas de interações na *Web*. Destacam-se aqui algumas definições para o termo “mídias sociais”, buscando conhecer melhor o potencial desses meios de influenciar a sociabilidade. Inicialmente, com o surgimento da tecnologia de Internet, a rede mundial de computadores era utilizada de forma mais estática, prática que caracterizava a *Web 1.0*, com o surgimento da *Web 2.0*, de acordo com Chacalle (2010, p. 83), “a Rede já não era mais entendida unicamente como uma simples vitrine de conteúdos multimídia, mas também como uma plataforma aberta, construída e baseada na participação de seus usuários”. De acordo com Terra (2009), Mídias Sociais, que representam uma parte da *Web 2.0*, é um termo utilizado, principalmente, por caracterizar um uso mais avançado e interativo da internet, onde ocorrem:

Uma série de aplicações da internet baseadas em redes sociais [...] como Facebook, MySpace, LinkedIn, Orkut e vários outros que coletivamente se denominam parte da chamada *Web 2.0*. [...] Refere-se à adoção de ferramentas digitais mais colaborativas, nas quais os usuários deixam de serem meros consumidores de informação para se



tornarem produtores e validadores de conteúdo [...] ferramentas colaborativas e altamente amigáveis, que permitem que usuários de todo tipo participem com suas ideias, informações e opiniões (TERRA, 2009, p. 4).

Para Comm (2009, p.03) a definição de mídia social é um pouco vaga, no entanto, o autor afirma que o termo descreve “uma forma de publicação em que as histórias são trocadas, em vez de publicadas” e podem auxiliar as pessoas a “desenvolver fortes conexões e uma firme lealdade”. Tamanaha (2009) aborda as Redes Sociais e afirma que essas são formadas por “gente, interação e troca social”, de acordo com o autor Rede Social é:

Um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura da rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos. Nunca se conheceu e interagiu com tantas pessoas diferentes, nunca tivemos tantos amigos quanto no nosso perfil do Orkut ou tantos seguidores, como no Twitter [...] Como as redes sociais na Internet ampliaram as possibilidades de conexões, ampliaram também a capacidade de difusão de informações que esses grupos tinham (2009, p. 25).

Partindo dos conceitos aqui apresentados, pode-se concluir que as mídias sociais estão se estabelecendo e adquirindo um grande potencial para influenciar as relações entre as pessoas, os indivíduos passaram a ter, através dos seus usos, a possibilidade de criar, manipular e difundir suas próprias ideias e experiências para toda a sua rede de contatos, dentro desse ambiente. Podem ser vistas como ferramentas de empoderamento social das quais pessoas comuns (estudantes, trabalhadores, pesquisadores, homens e mulheres, jovens e adultos) podem se apropriar e utilizar para construir o seu próprio espaço de autopromoção.

Para fortalecer a ideia de que o envolvimento na construção e compartilhamento de conhecimentos pelas pessoas é importante para a sociedade, destacamos o texto de Paulo Freire (2001, p. 37) que aborda a participação como exercício da cidadania na frase em destaque: “participação, enquanto exercício de voz, de ingerir, de decidir em certos níveis de poder, enquanto direito de cidadania”. Ainda sobre participação, Demo (2008, p. 12) conclui que esse é um “processo histórico de conquista da autopromoção”. Assim, por todas essas características das novas mídias aqui apresentadas, as quais permitem maior interação entre indivíduos, auxiliam na ampliação da rede de contatos pessoais e profissionais, vêm atraindo o interesse de cada vez mais adeptos no mundo e possibilitam o compartilhamento de informações e o processo de construção criativa e colaborativa, permitem o empoderamento livre de seus meios pelos usuários e possibilitam a autopromoção das ideias e criações desses



usuários, verifica-se que as suas ferramentas podem auxiliar no desenvolvimento local de comunidades que fazem uso desses novos meios de comunicação interativa.

Jara (1998) afirma que o desenvolvimento local não se concentra apenas nos aspectos econômicos, mas em uma “estrutura de valores”, “da informação e do empoderamento”, do reconhecimento das potencialidades internas do local. Na passagem a seguir o autor declara que:

O desenvolvimento local não passa apenas pela dimensão econômico-produtiva, depende essencialmente da estrutura de valores que definem a cultura organizacional, da informação e do “empoderamento”. [...] Estamos falando de um desenvolvimento aplicado num âmbito espacial delimitado – o território municipal, a micro-região, o assentamento. Estamos falando de um desenvolvimento endógeno, ou seja, baseado no aproveitamento dos recursos, das oportunidades e das capacidades locais (JARA, 1998, p. 71-72).

O desenvolvimento local é o “movimento” (FRANCO, 2005) necessário e esperado por toda a sociedade, mas principalmente pelas comunidades de contexto popular, são elas quem mais demandam ações que promovam o acesso aos bens necessários à sua existência digna, muitas vezes, restritos em diferentes níveis. Para que haja desenvolvimento, a atuação de forças do ambiente externo e interno é imprescindível, a preocupação desse trabalho é, especificamente, com o movimento no sentido do acesso a comunicação, a informação e a tecnologia.

Para promover o Desenvolvimento Local e enfrentar a exclusão social em comunidades privadas do acesso aos bens essenciais, a comunicação através das novas mídias apresenta vantagens, pois pode auxiliar nas funções de sensibilização, promoção, mobilização, compartilhamento de informações referentes à sua realidade, conexão, interação e criação de novas idéias e conhecimentos. De acordo com o texto de Tauk Santos (2002, P.7), para favorecer o desenvolvimento local a comunicação precisa:

Sensibilizar as autoridades locais, regionais e nacionais, face aos problemas ligados ao emprego, serviço de base, etc.
Disseminar a preservação ambiental.
Articular e fortalecer os Conselhos Municipais.
Viabilizar ações permanentes de capacitação e assistência técnica para a população envolvida no desenvolvimento local [...].

Essas funções que podem ser desempenhadas pelos meios comunicacionais tradicionais, também podem ser desenvolvidas pelas novas mídias. A comunicação é uma das



características que mais determina os seres humanos, por isso o acesso a meios como as novas mídias digitais deve contribuir para o desenvolvimento local de grupos que as utiliza com esse propósito, pois os seus usos podem potencializar o nível de informação dos indivíduos e o alcance dos conteúdos produzidos pelas comunidades de contexto popular.

O Problema e a Justificativa

Embora a teoria demonstre a necessidade de domínio relativo dos meios e de posse dos equipamentos computacionais para acessar as novas mídias sociais e que, de acordo com a pesquisa CETIC, apenas 7% da população com renda abaixo de um salário mínimo possuam computadores, percebe-se que as novas mídias são ferramentas que estão modificando profundamente as formas de interação da sociedade. Deve-se considerar, porém, que os conteúdos de mídia social estudados nesse artigo abordam o cotidiano dos moradores de locais que podem ser comparados à comunidade analisada no texto de Freire e Tauk Santos (2009, p. 248), por estarem inseridos em “contextos populares” e viverem em “condição de contingência econômica, educacional, de saúde e lazer”. Contudo, ao contrário da população analisada no artigo de Freire e Tauk Santos, no qual as mulheres não possuíam o hábito de discussão de sua realidade e de participação nos meios de comunicação, essas comunidades estão desenvolvendo esse hábito de análise e debate de sua própria situação e estão inserindo discussões do seu interesse nos meios de comunicação, a partir do uso das novas mídias sociais. Deve-se observar, entretanto, que o comprometimento com o conteúdo e o engajamento de um número maior de pessoas da comunidade nesses meios, interagindo com a informação, são necessários para ampliar a discussão dos assuntos importantes para o grupo e que precisam ser debatidos entre eles e com toda a sociedade.

As comunidades Ilha de Deus e Caranguejo Tabaiães possuem *blogs* na *web*, porém a utilização que elas fazem desses meios é diferenciada, como foi possível observar em uma análise preliminar. Em um dos blogs a quantidade de conteúdo postado é quatro vezes maior comparado ao outro, e com uma proporção equivalente de usuários participantes. Dois questionamentos emergem nesse estudo: um relacionado ao nível de comprometimento do grupo que administra o perfil da comunidade compartilhado nas redes sociais, e o outro relativo à questão do engajamento das pessoas que vivem no local. Nessa perspectiva é que o estudo se volta para a análise qualitativa do conteúdo dos blogs das Comunidades Ilha de



Deus e Caranguejo Tabaiars e das interações dos usuários através das mídias sociais a partir das seguintes indagações:

1. Quais as ferramentas oferecidas pelo site que podem facilitar os usos dessa população?
2. Os moderadores dos blogs costumam atualizar o conteúdo postado?
3. Quais assuntos e linguagens são mais recorrentes?
4. Os assuntos debatidos no meio são importantes para o desenvolvimento local?
5. O número de acessos é suficiente para promover a circulação do conteúdo?
6. Ocorre a colaboração dos usuários relativa aos conteúdos disponibilizados?

Nesse sentido, este trabalho pretende contribuir para ampliar o debate sobre os novos usos das mídias sociais, além de se comprometer em estudar meios de utilização dessas mídias que estejam favorecendo também as camadas sociais mais excluídas do ponto de vista social e econômico. Pensar o local que está excluído é ampliar a voz desse local e multiplicar a sua história até conseguir sensibilizar as instâncias do poder que estão, em muitos casos, mais distanciadas dessa população e incapazes de modificar de fato a sua realidade.

O método de análise

Esse artigo pesquisou as teorias das Mídias Sociais, da Internet e do Desenvolvimento Local, buscando relacionar esses conceitos centrais para fundamentar a análise dos usos desses novos meios de comunicação por comunidades de contexto popular.

Para saber como as novas mídias sociais estão sendo utilizadas pelas comunidades de contexto popular e observar as ferramentas disponibilizadas por essas mídias, o texto estuda os blogs das Comunidades Ilha de Deus e Caranguejo Tabaiars, do período de maio de 2007 a junho de 2011, buscando categorizar as linguagens midiáticas e discursos mais recorrentes no conteúdo compartilhado nos blogs, além de descrever as possibilidades de interação e compartilhamento disponibilizadas pelo site. Iniciou-se a avaliação das ferramentas através da criação de um blog para observar como funciona a mídia e a sua interface para o administrador da conta. Em seguida, foram acessados os blogs Caranguejo Uça (da Ilha de Deus) e Caranguejo Tabaiars, nos quais foi possível identificar e contabilizar as categorias de linguagens midiáticas mais utilizadas e os assuntos mais recorrentes. As mídias predominantemente empregadas nos *blogs* são: fotografia, texto e vídeo; as categorias de



assuntos mais recorrentes são: cultura, mobilização popular, política, meio ambiente, infraestrutura e esportes.

A partir desse ponto, o texto busca descrever as ferramentas disponibilizadas pelo site *Blogger* para a criação e manutenção de um *blog* e as interações que ocorrem nos espaços das comunidades, analisando: a frequência de atualização de conteúdos, o número de acessos de cada página e as participações dos visitantes, para saber o nível de comprometimento e de engajamento. Em seguida, para verificar como as mídias sociais podem favorecer o desenvolvimento local, observou-se as linguagens e assuntos mais recorrentes nesses espaços virtuais e realizou-se uma análise qualitativa desses conteúdos de mídia e linguagem, no âmbito do desenvolvimento local, considerando a teoria estudada.

As ferramentas Interativas e os novos hábitos de participação comunitária em rede

Para criar um *blog*, inicialmente, é necessário criar uma conta no *Blogger.com*, cadastrando um *e-mail* e uma senha; se o usuário já possuir uma conta no *gmail* o *Blogger* importa esses dados e não é necessário redigitar as informações pessoais. Depois serão disponibilizadas as opções de criar um título para o *blog*, um endereço eletrônico e um perfil para a página, após esses passos é possível continuar editando o perfil (para selecionar cores, tipos de letras, dimensões e modelos de página) ou iniciar as postagens de informações. O site apresenta uma guia de recursos, na qual é possível conhecer todas as possibilidades para construir a página, além de uma interface que facilita o uso para qualquer usuário básico da Internet. Dentre esses recursos, é possível personalizar o design do blog, postar textos, fotos, vídeos e muito mais, desenvolver comunidades, receber comentários dos leitores e é possível até ganhar dinheiro através de anúncios do *AdSense*. De acordo com Wikipédia (2011), *AdSense* é um serviço de publicidade do Google onde os administradores de *websites* ou *blogs* podem se inscrever para “exibir anúncios em texto, imagem e mais recentemente vídeo. A exibição dos anúncios é administrada pelo Google e gera lucro baseado ou na quantidade de cliques ou de visualizações”.

O *blog* da Ilha de Deus está na rede desde maio de 2007, compartilhando de forma contínua, informações que retratam a realidade da população local. Essa página já obteve mais de dez mil acessos e tem realizado, em média, 30 atualizações por ano, nos últimos anos; porém, em 2010, postaram apenas 16 novos conteúdos e até junho de 2011 apenas seis novas



postagens, o mesmo ocorre com as interações dos visitantes que, nos três primeiros anos (2007 a 2009) foram em média de dez e em 2010 e 2011 caíram para dois e zero.

Sobre o *blog* da comunidade Caranguejo Tabaiães, observou-se que esse foi criado em dezembro de 2007, porém a sua trajetória foi menos contínua se comparado ao anterior. A página teve três postagens em 2007, vinte e nove postagens em 2008, nenhuma nova publicação em 2009 e apenas duas em 2010. O número de visitas ficou em torno de 460 acessos de usuários, com treze participações de visitantes em 2008 e duas em 2010.

Entre os 44 *blogs* mais acessados do *Blogger* (BLOG LUCRATIVO, 2008) o primeiro lugar da lista possuía mais de 81 mil acessos na época em que foi publicada. Tomando esse número como parâmetro, observa-se que a página da Ilha de Deus possui uma quantidade relativa de visitas, que representa 12% do total do blog mais visitado do *site Blogger*; se considerarmos, também, que a população do local é composta por 924 habitantes, podemos afirmar que o site teve um nível razoável de visualização nos últimos anos. Entretanto, sobre a página da comunidade Caranguejo Tabaiães, percebe-se que o número de visitas (460) não ultrapassou o total de habitantes do local que é de 3.458, um número de acessos relativamente baixo, considerando que a página existe desde 2007; mas que pode ser entendido como consequência da reduzida quantidade de postagens que ocorreram no período analisado. De acordo com esses dados, conclui-se que a Ilha de Deus conseguiu obter resultados de circulação das informações mais satisfatórios se comparados aos da Caranguejo Tabaiães.

Com relação às interações dos usuários, percebe-se que ainda não existe um hábito muito forte de colaboração relativa ao conteúdo. Algumas interações foram observadas, porém nenhuma delas sugerindo melhorias ou contribuindo para a complementação do conteúdo de ambos os *Blogs*. Os assuntos abordados nas participações que ocorreram no período analisado estavam relacionados a mensagens de estímulo e incentivo, poesias ou indicação de outro site.

A presença da comunidade na Internet

Analisou-se a presença das comunidades na web através da observação dos espaços virtuais ocupados por elas e de como fazem usos desses espaços. Verificou-se que os assuntos mais recorrentes, postados pela Comunidade Ilha de Deus em seu blog são: em primeiro lugar,

com 37 postagens, a cultura ou a produção cultural e a educação da comunidade; em seguida vem a mobilização popular e a política, que aparecem com os mesmos números, ambos com 13 publicações; sobre política ambiental foram 10 publicações; sete sobre assuntos diversos; esportes e infra-estrutura, também com o mesmo número, obtiveram quatro postagens cada. As mídias mais utilizadas no *blog* da Ilha de Deus são texto e fotografia, porém também foram observados alguns vídeos e materiais gráficos de divulgação dos eventos da comunidade.

Sobre as categorias que foram observadas na pesquisa, destacam-se aqui algumas postagens do blog da Ilha de Deus:

Prêmio Orilaxé de melhor trabalho dos movimentos sociais no Brasil no setor da Comunicação Comunitária. Oferecido pelo Grupo Cultural AfroReggae. A entrega do prêmio será no próximo dia 23 de Novembro na comunidade de Vigário Geral - Rio de Janeiro. No dia 20 de Novembro chegará um representante do AfroReggae aqui no Recife para um evento e visitará a Ilha de Deus e consequentemente o Caranguejo uça (Outubro, 2010).

Este momento se faz oportuno para nós lembrar aos Excelentíssimos senhores mandatários das mais importantes funções Políticas do nosso ESTADO, que não somos oposição, mas que não somos omissos as questões que mexem diretamente nas nossas vidas (Outubro, 2010).

A diversidade no mangue é composta por espécies nativas e migratórias, que sobrevivem diante de um contexto de degradação ambiental e de políticas públicas inexistentes na cidade do Recife. Esse cenário é foco de discussão, ação e denúncia constante, pelas próprias espécies que se exibem diante das nossas lentes, nos escolhendo como interlocutores dessa agonia vivida pela natureza, talvez nos reconhecendo como aliados, na perspectiva de promover o equilíbrio do ecossistema.



Fotos: Edson Fly, João e João Paulo (Abril, 2009)

Embora a construção da Ponte Vitória das Mulheres seja de responsabilidade dos governantes, a Ilha se mostra e dá sua contribuição na argumentação, no planejamento e na execução concreta com a força do trabalho coletivo (Abril, 2009).

Gostaria de informar a todos o que esta acontecendo na costa pernambucana especificamente em boa viagem, e é inaceitável o que estão fazendo com essa lei de privatização das águas sugiro uma nova barqueata em nome dos pescadores artesanais do nosso estado (Maio, 2008).

O futebol promove a interação, possibilitando exercitar o crescimento individual e coletivo, e também descobrir grandes talentos... muito bom! (Dezembro, 2007).

O que chama a atenção para os usos dessa comunidade é que eles estão completamente voltados para a realidade e interesses do local. A primeira postagem que destacamos, no âmbito da categoria cultura, demonstra que a organização informal Caranguejo Uça foi premiada pela realização de trabalhos de comunicação comunitária, o que indica a consciência do grupo sobre a importância da sua inserção nos meios de comunicação. Em seguida, publicações sobre política, meio ambiente, infraestrutura local, mobilização popular e esportes, compartilhando conteúdos de interesse local, mas que podem ser acessados por qualquer outro interessado em qualquer lugar do mundo.

No blog da comunidade Caranguejo Tabaiães, os assuntos que mais aparecem são infraestrutura local com 11 publicações; cultura e educação com sete postagens; esporte e lazer com seis, meio ambiente cinco, saúde e cidadania três, notícias sobre a comunidade três e uma postagem sobre mobilização popular. As únicas mídias utilizadas foram fotografia e texto. Como a publicação da maioria das categorias de assuntos desse blog ocorreu no mesmo ano, destacam-se algumas publicações selecionadas por ano de postagem:

Canal do ABC em dias "turbulentos"



Fotos: Caranguejo Tabaiães (Janeiro, 2010).

Hoje, a comunidade comporta mais de 1000 residências e, como não há mais espaço para construir novas casas, a alternativa vem sendo a coabitação, ou seja, casa em cima de casa (Setembro, 2008).

Inicialmente conhecida como Ilha de Popolônia, a Ilha do Zeca é um importante espaço de lazer da comunidade caranguejo tabaiães e de outras localidades circunvizinhas. Em dias de semana, as crianças utilizam a área para brincar e contemplar o verde da última Ilha do Recife que não tem construções (Agosto, 2008)

Este é o visual de quem mora nas palafitas de caranguejo tabaiães, um braço morto do Rio Capibaribe, alguns viveiros de camarão que embora seja um crime ambiental significa a sobrevivência de uma significativa parcela de moradores (as) e no fundo os arranha-céus, deixando claro, mais uma vez, a dimensão do apartheid social que estamos submetidos



Fotos: Caranguejo Tabaiaries (Dezembro, 2007).

Essa comunidade realizou um número mais reduzido de publicações em relação à anterior, porém o interesse em repercutir a realidade local, aparentemente, é o mesmo. Percebe-se, neste caso, uma grande preocupação com a infraestrutura precária do local, seguida pelo desejo de retratar sua cultura, o seu lazer e de preservar o seu meio ambiente.

Conforme demonstrado pela teoria que norteou esse texto, as mídias sociais e a internet podem ser utilizadas de forma “colaborativa” e “altamente amigável” (Terra, 2009), podem auxiliar na “complexificação” dos laços (Tamanaha, 2009), podem fortalecer as “relações sociais tanto à distância quanto num nível local” (Castells, 2003), além de possibilitar o acesso das pessoas a veículos de comunicação, dando-lhes voz e autonomia. Para que haja desenvolvimento local, o compartilhamento de informações e conhecimentos; o direito a cidadania através do “exercício da voz” e através da “participação” (Freire, 2001); a valorização de “recursos endógenos” do local (Jara, 1998); a disseminação de propostas de preservação do meio ambiente (Tauk Santos, 2006); dentre outras questões, são muito importantes no processo.

Assim observou-se que, mesmo em maior ou menor proporção, a possibilidade de acesso a veículos de comunicação por essas comunidades, vem refletindo no aumento da consciência e da capacidade de discussão em níveis mais críticos. Outro fator importante é que, a partir dos usos das mídias sociais, esses locais têm a possibilidade de serem visitados virtualmente por qualquer pessoa do planeta, atraindo os seus olhares e interesses; mostrando ao mundo que estão ali e precisam de políticas que lhes garantam uma vida digna. Conclui-se o seguinte: se as mídias sociais podem contribuir para o desenvolvimento da capacidade intelectual e crítica ampliando o acesso a informação; se podem contribuir possibilitando acesso aos veículos de comunicação e a interação social; e se podem ampliar a visibilidade do local pela sociedade, esses instrumentos podem ser considerados facilitadores do processo de



desenvolvimento local, quando utilizados com esses propósitos. O simples fato dessas comunidades estarem presentes nas redes sociais, debatendo a sua realidade, já demonstra uma mudança nas bases dos processos comunicacionais e o fortalecimento da sua causa, alicerces para um desenvolvimento local.

Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo conhecer os usos das novas mídias sociais por comunidades de contexto popular, observar as ferramentas disponibilizadas por essas mídias e verificar como essas ferramentas poderiam favorecer o desenvolvimento local em contextos populares. Para isso, analisou-se a participação das comunidades recifenses Ilha de Deus e Caranguejo/Campo Tabaiaries na *Web 2.0*, através do *site Blogger*.

Verificou-se na análise, que as ferramentas disponibilizadas pela mídia social aqui estudada, apresentam relativa facilidade de uso por qualquer usuário básico da Internet e que, além de possibilitarem a conectividade e o compartilhamento de informações entre as pessoas, podem até se tornarem fontes de renda para os usuários. Observou-se, também, que as comunidades aqui pesquisadas estão utilizando as novas mídias para denunciar a infraestrutura precária em que vivem e para divulgar a sua cultura e o seu local, além de discutirem política e utilizarem o espaço para a mobilização popular. Tais atividades são consideradas favoráveis para o desenvolvimento local, de acordo com a própria teoria apresentada no texto, o que demonstra o potencial dessas mídias em favor da liberdade de comunicação da sociedade.

Referencias Bibliográficas

CARANGUEJO TABAIARES. Disponível em: <<http://www.caranguejotabaiaries.blogspot.com/>>. Acesso em: 20 mar 2011.

CARANGUEJO UÇA. Ilha de deus. Disponível em: <<http://caranguejouca-ilhadedeus.blogspot.com/>>. Acesso em: 17 mar 2011.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Traduzido por: Borges, Maria Luiza X. de A. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BLOGGER TM. O que é um blog? Disponível em: <http://www.blogger.com/tour_start.g>. Acesso em: 30 abril 2011.

BLOG LUCRATIVO. 2008. Disponível em: <<http://bloglucrativo.blogspot.com/2008/11/44-mais-acessados-do-blogger.html>>. Acesso em: 13 jun. 2011.



BRASIL. Atlas de Desenvolvimento Humano no Recife. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, 2005. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/publicacoes/atlas_recife/index.php>. Acesso em: 12 jun. 2011.

CETIC, Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. **TIC DOMICÍLIOS 2009:** pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. Núcleo de Informação e Comunicação do Ponto BR, 2010. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2009/tic-domicilios-2009.pdf>>. Acesso em: 23 Abril 2011.

COMM, Ken Burge. **O poder do Twitter:** estratégias para dominar seu mercado. Editora Gente: São Paulo, 2009.

DEMO, Pedro. **Avaliação qualitativa** (Coleção polêmicas do nosso tempo). 9 ed. Autores Associados: Campinas, 2008.

FRANCO, Augusto de. **Pobreza e Desenvolvimento Local.** Disponível em: <<http://www.augustodefranco.org/conteudo.php?cont=textos&id=P22>>. Acesso em: 07 jan. 2005.

FREIRE, Paulo. **Política e educação:** ensaios (Coleção questões de nossa época, v.23). 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

FREIRE, Adriana do Amaral; **TAUK SANTOS**, Maria Salette. **Rádio Comunitária, Gênero e Desenvolvimento Local:** um estudo de recepção do programa Rádio Mulher. São Paulo: Comunicação e Sociedade/Universidade Metodista de São Paulo, 2009. Vol. 31. N. 52.

INTERNET É VITAL PARA... Revista www.com. br. Editora Europa: Grajaú, 2010.

JARA, Carlos Julio. **A sustentabilidade do desenvolvimento local.** Recife: Secretaria de Planejamento do Estado de Pernambuco – Seplan, 1998.

LACALLE, Charo. **As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet.** Em: Matrizes, Dossiê. São Paulo: USP, jan./jul. 2010. Ano 3, n. 2

LÍDER NO BRASIL... globo.com: São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1247297-6174,00-LIDER+NO+BRASIL+ORKUT+NAO+DECOLA+NOS+EUA+E+PERDE+PARA+O+FACEBOOK.html>>. Acesso em 20 de jul 2010

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media.** Massachusetts Institute of Technology, 2001.

PAINEL IBOPE/NetRatings. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-01-2009.htm>>. Acesso em: 03 Jun 2010.

RECIFE. ZEIS. Prefeitura do Recife. Disponível em: <<http://www.recife.pe.gov.br/pr/leis/luos/soloZEIS.html>,<http://www.recife.pe.gov.br/pr/secplanejamento/inforec/>>. Acesso em 02 Maio 2011.

TAMANHAHA, Wagner. Rede Social. In: **SPYER**, Juliano (Org.). **Para Entender a Internet:** noções práticas e desafios da comunicação em rede. Editora Não Zero: [s. l], 2009.

TERRA, José Claudio. **Gestão 2.0:** como integrar a colaboração e a participação em massa para o sucesso nos negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TAUK SANTOS, Maria Salett. **Comunicação Rural:** do difusionismo Tecnológico ao Desenvolvimento Local. Recife: Prorenda Rural, Coletânea de Palestras, 2002.

WIKIPÉDIA. Blogger. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Blogger>>. Acesso em: 30 Abril 2011.