

AUTONOMIA SOCIAL NA POLÍTICA: POR DENTRO DE UMA CAMPANHA COLABORATIVA.¹

SOCIAL AUTONOMY IN POLITICS: THE INSIDE OF A COLLABORATIVE CAMPAIGN.

Leonardo Ferron Baggio²
André Tezza Consentino³

Resumo: Neste trabalho, o conceito de Autonomia Social é aplicado quando um grupo de pessoas se reúne sem o auxílio do Estado a fim de trabalhar em prol de uma causa social. Para mostrar como esse tipo de ação é exercida no campo político, investigamos esse conceito de forma prática com a análise de uma campanha política colaborativa para vereador da cidade Curitiba/PR. A partir da visão do pesquisador – um dos voluntários da campanha -, de entrevistas com os principais colaboradores, de ações da campanha e por meio de referencial teórico, identificamos que o surgimento de uma nova forma de fazer política com potencial para aumentar a participação democrática e a Autonomia Social.

Palavras-Chave: Autonomia Social. Campanha Colaborativa. Internet e Democracia.

Abstract: In this work, the concept of Social Autonomy is applied when a group of people meets without the aid of the State in order to work for a social cause. To show how this type of action is practiced in the political field, we investigated this concept in a practical way with the analysis of a collaborative political campaign for city councilor in Curitiba/PR. From the perspective of the researcher – one of the volunteers of the campaign -, from interviews with the main collaborators, from actions executed during the campaign and through a theoretical reference, we identified the emergence of a new way of doing politics with the potential to increase democratic participation and the Social Autonomy.

Keywords: Social Autonomy. Collaborative Campaign. Internet and Democracy.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Propaganda e Marketing Político do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

² Estudante Pós-graduado em Comunicação e Cultura: Interfaces, da Universidade Positivo (PR). E-mail: leonardofbaggio@gmail.com

³ Coordenador do Curso de Pós-graduação Comunicação e Cultura: Interfaces, da Universidade Positivo (PR) E-mail: atconsentino@gmail.com

1. Contexto

Os movimentos sociais que agitaram o mundo nos últimos anos mostraram novas formas de organização e ativismo, em sua maioria potencializados pelo poder de conexão, disseminação e mobilização que a internet oferece. Embora somente alguns tenham desencadeado mudanças práticas, é impossível negar a mudança que causaram no imaginário social ao mostrar o poder da conectividade, o que abriu caminho para o surgimento de novos movimentos.

Entre os fatores que contribuem para o surgimento desses movimentos estão as características mais democráticas das campanhas online, em que não é permitido comprar espaço publicitário em redes sociais como o Facebook; somado a isso, estão também os avanços nas tecnologias de produção de conteúdo que tornaram possível criar campanhas com verbas bem menores, sendo necessário basicamente capital humano para a sua produção. Com isso, diminuiu-se o abismo que existia entre candidatos com muito ou pouco dinheiro.

Segundo estudo anterior⁴, esse tipo de movimento pode ser considerado uma ação de Autonomia Social, em que um grupo de indivíduos se une sem o auxílio do Estado para oferecer seu trabalho em prol de uma causa social. Agora, com esse tipo de ação ganhando espaço no campo político, questionamos: como estão acontecendo essas novas formas de atuação política e de Autonomia Social na sociedade em rede?

Para responder a essa pergunta, analisamos de forma prática como esse tipo de movimento está ocorrendo na política por meio do estudo de caso de uma campanha colaborativa para vereador na cidade de Curitiba. O estudo não é voltado à compreensão das propostas do candidato Goura Nataraj, mas ao movimento de pessoas em torno de sua candidatura.

⁴ Projeto de Iniciação Científica “Internet e Autonomia: como a liberdade da rede tem possibilitado maior Autonomia Individual e Social” – Leonardo Ferron Baggio e André Tezza Consentino.

Na análise foram feitas entrevistas com membros da campanha sobre sua participação, bem como o detalhamento de algumas ações desenvolvidas coletivamente; além disso, é relatada também a visão e as impressões do pesquisador – que participou como um dos colaboradores da campanha. Ter participado do processo é um fato que apresenta riscos quanto à imparcialidade da análise, mas que, após conversa com o orientador, foi concluído que pode trazer ao estudo as vantagens do olhar de quem está dentro do movimento. Como referencial teórico foram utilizados os livros Redes de Indignação e Esperança (Castells, 2013); Internet e Participação Política no Brasil (2011), de diversos autores; e O futuro da Internet, de André Lemos e Pierre Levy (2010).

O objetivo da pesquisa é mostrar de forma prática o exemplo de uma nova forma de criar campanhas políticas e exercer a Autonomia Social na sociedade em rede. Para Camilo Aggio,

As campanhas online têm o potencial de acrescentar modos mais participativos, mas também maior transparência, munindo os cidadãos de maiores possibilidades de esclarecimentos, participação e caminhos para a investigação no sentido de sofisticar seu aporte cognitivo para uma tomada de decisão mais esclarecida. (AGGIO, p. 190)

O candidato foi eleito vereador com 6.657 votos, sendo o 18º mais votado entre os 38 candidatos eleitos em Curitiba.

2. Contexto

Em estudo realizado em 2013 sobre os movimentos sociais em rede ocorridos no mundo desde a Primavera Árabe, Castells afirma que a Internet é “uma plataforma privilegiada para a construção da autonomia social.” (CASTELLS, 2012, p. 218). Investigamos esse conceito por meio da ideia de Autonomia de Kant:

Esclarecimento (Aufklärung) significa a saída do homem de sua minoridade, pela qual ele próprio é responsável. A minoridade é a incapacidade de se servir de seu próprio entendimento sem a tutela de um outro. É a si próprio que se deve atribuir essa minoridade, uma vez que ela não resulta da falta de entendimento, mas da falta de resolução e de coragem necessárias para utilizar seu entendimento sem a tutela de outro. (KANT, p. 1)

Foi concluído que Autonomia Social seria quando “determinado grupo, sem a interferência do Estado, une-se em prol de interesses sociais, ou ainda quando determinado indivíduo utiliza seu conhecimento técnico em favor de uma causa social.”⁵

Um ano depois, nas eleições de 2014, o candidato a deputado federal Goura Nataraj e um coletivo criaram uma campanha diferente, impactando 13.265 pessoas que votaram nele naquele ano. Totalmente colaborativa e com gastos que não passaram de 20 mil reais (custo por voto de aproximadamente R\$ 1,50), ela mostrou a força que uma campanha como essa poderia ter.

Ativista há anos em causas como ciclomobilidade, meio ambiente e cultura da paz, Goura é mestre em filosofia pela UFPR e Professor de Yoga. Em fevereiro de 2015, alguns meses após a eleição, Goura foi convidado por Gustavo Fruet (então prefeito de Curitiba) para ser assessor na SETRAN (Secretaria de Trânsito), onde pôde trabalhar na implantação de ações voltadas principalmente à ciclomobilidade como vias-calmas, ciclovias, ciclorotas e paraciclos.

⁵ Projeto de Iniciação Científica “Internet e Autonomia: como a liberdade da rede tem possibilitado maior Autonomia Individual e Social” – Leonardo Ferron Baggio e André Tezza Consentino.

Um dos designers responsáveis pela comunicação da campanha de 2014 e 2016, nunca havia se envolvido com política até então. Um dos motivos que fizeram com que ele se envolvesse foi quando estava voltando de um parque de bicicleta com sua filha e quase foram atropelados por uma moto. Após uma discussão com o motoqueiro, voltou para casa ciente de que devia fazer alguma coisa para melhorar a cidade no sentido da segurança dos ciclistas.

Eu cheguei em casa e pensei: eu preciso fazer alguma coisa para nunca mais acontecer isso. E nesse momento eu comecei a fuçar para saber o que eu poderia fazer para nunca mais ter que passar por isso, e principalmente para que meus filhos com os filhos deles nunca precisem passar por isso⁶

Ele passou a buscar no Youtube vídeos sobre ciclomobilidade em Curitiba. Ali, encontrou diversas vezes a figura do Goura. Uma semana depois, em um aniversário de uma das amigas de sua filha, ele encontrou Goura e foi conversar com ele.

A partir de então, conheceu o coletivo que realizou a campanha para deputado federal em 2014, e contribui juntamente.

Fui então convidado para colaborar com o projeto. Já nas primeiras reuniões foi possível identificar que a natureza desse movimento poderia ser considerada uma ação de Autonomia Social. A partir disso, fizemos a análise sobre esta nova forma de fazer política na sociedade em rede e de exercer a Autonomia Social.

3. Internet e Política

É inegável a influência da internet no campo político. Desde as eleições de Barack Obama em 2008, quando a internet teve influência fundamental, vimos surgir

6

uma série de movimentos que evidenciaram o crescimento dessa relação. Pierre Levy e André Lemos afirmam que “Entre todas as mutações que nos esperam, aquelas que concernem à vida política e mais particularmente à democracia serão as mais surpreendentes.” (LEMOS, LEVY, p. 51).

Por suas características democráticas e participativas, a internet está trazendo cada vez mais pessoas para o processo político, o que pode ser observado com aumento constante dos debates nas redes sociais. Até o uso da internet ser mais democratizado, era comum as pessoas falarem que não se interessavam por política.

Hoje, seis anos depois, é difícil encontrar pessoas que não se manifestem ou não tenham uma posição política, principalmente com a polarização recente entre conservadores e progressistas. Ainda que muitas vezes o debate seja superficial, é importante observar que esse é para muitos o primeiro envolvimento com a política, o que torna natural o baixo discernimento no assunto. Inclusive para o candidato Goura Nataraj, Para o candidato, a candidatura de 2014 foi a sua primeira participação na política.

Eu pessoalmente nunca quis me candidatar, nunca quis me envolver na política, apesar que desde os meus 13 anos eu achar que tinha alguma coisa muito errada com o mundo. Eu queria “mudar o mundo”, fazer alguma coisa para mudar a realidade em que eu vivia.⁷

A partir disso, o que se observou nas eleições de 2016 foi uma participação maciça de pessoas tanto dentro das redes sociais como aquelas que foram além e passaram a atuar ativamente do processo político. Sobre o aumento desse tipo de participação a partir da internet, Camillo Aggio considera:

⁷ Entrevista com Goura Nataraj: <https://soundcloud.com/lbaggio/sets/entrevistas>

Vislumbra-se a partir da aproximação dos eleitores com candidatos e partidos em disputas eleitorais, uma nova forma de composição de campanhas de cunho, se não mais colaborativo, pelo menos mais consultivo e alinhado aos interesses e necessidades dos cidadãos eleitores. (AGGIO, p. 179)

Esse aumento da colaboração pode ser observado na campanha que analisamos, de cunho horizontal e feita por voluntários que passaram a participar do processo político motivados pela falência política e pelas novas formas de atuar politicamente na sociedade em rede.

4. A campanha – Primeiras reuniões e definição dos comitês

As primeiras reuniões oficiais começaram a ocorrer no mês de maio. Todas elas aconteceram em lugares cedidos por colaboradores até encontrarmos o comitê oficial da campanha, uma casa que estava desativada na rua Saldanha Marinho, 1276. Ela foi alugada para a campanha pela família de um dos colaboradores, Gregório Han, por um preço bem inferior ao valor real do aluguel do imóvel. Em poucos dias, com o apoio de cerca de 10 artistas e o coletivo da campanha, o local foi restaurado com diversas artes, mudas de plantas e cartazes de trabalhos ativistas feito por eles.

O nome do local foi definido logo na primeira reunião oficial. Por votação, como eram tomadas as decisões da campanha, foi decidido que o lugar se chamaria “Espaço Vá de Bike”, que ia de acordo com uma das principais pautas da campanha, que é a mobilidade urbana. A partir de então todas as reuniões passaram a ser nesse espaço, além da realização de inúmeras oficinas de atividades como yoga, compostagem, hortas urbanas e aulas de manutenção básica de bicicleta, além de debates sobre meio ambiente, software livre, mobilidade e diversas outras pautas da campanha, todas oferecidas por voluntários. Nos sábados eram realizados almoços vegetarianos para coletar contribuições e unir pessoas.

O espaço logo se tornou um ponto cultural: uma das atividades de mais destaque era o Cineclube Vá de Bike, com exibição de curtas e longas metragens locais e rodas de discussão com os autores.

Além do Espaço Vá de Bike, a campanha ganhou outro comitê que já havia sido utilizado na campanha para deputado federal em 2014, o ComiTorto. É um imóvel em frente ao Bar do Torto, um dos pontos da boêmia curitibana, localizado no Largo da Ordem. Arlindo Ventura, conhecido como Magrão, é o dono do bar e conta porque cedeu o espaço pela segunda vez à campanha:

É por utilidade pública. Você ajudar o Goura é uma utilidade pública. Você ajudar uma pessoa que é boa para a cidade é utilidade pública. E eu jamais chegaria no Goura para pedir um favor. Eu poderia fazer o seguinte: lançar uma ideia para ele, lançar um projeto na área cultural (...) de utilidade pública. Mas nunca pediria a ele um favor por isso.⁸

Com os comitês da campanha definidos, começaram a elaboração das propostas para a campanha, com encontros sempre realizados no Espaço Vá de Bike. As reuniões gerais aconteciam geralmente nas segundas-feiras, enquanto as reuniões dos Grupos Temáticos aconteciam nos outros dias da semana.

5. Propostas

Foram criados 10 Grupos Temáticos para a elaboração das propostas. Cada grupo era composto por cerca de 5 membros, geralmente especialistas na área e que foram responsáveis pela grande maioria das propostas. Eram estes:

⁸ Entrevista com Arlindo Ventura: <https://soundcloud.com/lbaggio/sets/entrevistas>

- Grupo Temático de Mobilidade;
- Grupo Temático de Meio Ambiente;
- Grupo Temático de Direito dos Animais;
- Grupo Temático de Saúde e Parto Humanizado;
- Grupo Temático de Arte e Cultura;
- Grupo Temático de Empreendedorismo e Inovação;
- Grupo Temático de Pessoas com deficiência;
- Grupo Temático de Direitos Humanos;
- Grupo Temático de Cultura da Paz;
- Grupo Temático de Democracia Participativa.

Depois de desenvolvidas, as propostas foram apresentadas em reuniões, onde definiu-se quais de fato estariam presentes no plano de mandato. Conforme o andamento da campanha, novas pessoas sugeriam novas propostas, que foram ou não incluídas no plano de mandato.

6. Arrecadação de recursos

A partir da doação de familiares, amigos e eventos campanha, como os almoços no Espaço Vá de Bike, a campanha arrecadou R\$ 37.499,40. No total, foram contabilizados R\$ 53.738,66, contando a estimativa do valor da prestação de serviços das pessoas que contribuíram com seu trabalho na campanha.

Os maiores gastos da campanha foram com materiais gráficos como jornal, adesivos, santinho e mapas das regionais da cidade. Além disso, R\$ 3.250 foram destinados às pessoas contratadas para trabalharem em período integral no último mês da campanha na distribuição dos materiais gráficos.

7. Comunicação

Em uma campanha com verba limitada, um dos grandes diferenciais é a comunicação. Com uma equipe composta por 11 profissionais, sendo eles 4 redatores, 2 designers, 1 webdesigner e 4 profissionais de cinema, foram desenvolvidas diversas ações online, filmes e materiais gráficos para a campanha. Tudo começou com o desenvolvimento da identidade visual da campanha.



Figura 1 – Identidade visual da campanha

Como um dos principais diferenciais da campanha, a identidade visual chama a atenção por ser diferente do que geralmente é utilizado na política. Ao serem questionados sobre isso, a equipe respondeu que é porque “os artistas, o pessoal de vídeo, de redação e designers possivelmente não tinham histórico político por não acreditarem na política”. Por isso, muitos dos que foram impactados pelos materiais gráficos da campanha afirmaram que os materiais nem pareciam ser parte de uma campanha política.

8. Criação dos materiais da campanha

Os materiais de comunicação criados para a campanha também foram feitos de forma colaborativa. A partir da doação de fotografias de cerca de cinco fotógrafos, foram criados grande parte dos materiais gráficos e digitais da campanha.

Depois de reuniões – algumas feitas presencialmente e grande parte delas feitas online – eram definidas as peças a serem desenvolvidas. A partir da criação de títulos para as imagens pelos redatores, eles eram encaminhados aos designers para a aplicação das artes. Em seguida, eram encaminhados a Francielle Lucena, voluntária responsável por criar a descrição das imagens com texto para o público com deficiência visual, reforçando a acessibilidade, uma das pautas da campanha.

Os filmes foram criados pela equipe de audiovisual. Quando prontos, eram repassados à equipe de comunicação, que postava as produções nas redes sociais, como veremos a seguir.

9. Redes sociais

O primeiro post oficial da campanha foi uma foto do candidato na Bicletada organizada para gravar trechos do filme de manifesto da campanha. No post, o conceito “Uma cidade feita por pessoas” foi apresentado. O alcance do post teve a média dos posts com imagens que mais tiveram compartilhamentos, com alcance de 7.072 pessoas.

Goura com Goura Nataraj e outras 49 pessoas.
Publicado por Leonardo Ferron Baggio [?] · 29 de setembro às 10:44 ·

A cidade que sonhamos é construída por pessoas, assim como a nossa campanha. Venha sonhar e construir com a gente!

Descrição da Imagem: Foto tirada à noite, com Goura ao centro montado na bicicleta com as mãos ao guidão, uma blusa manga longa estampada, cabelo preso e o rosto pintado com riscos de tinta branca sobre a testa e bochechas. Ele sorri. Ao fundo, ciclistas e veículos em uma rua. Ao centro: logomarca "GO 12108."



7.072 Pessoas alcançadas

798 Reações, comentários e compartilhamentos

665 Curtir	139 Na publicação	526 Em compartilhamentos
21 Amei	3 Na publicação	18 Em compartilhamentos
3 Uau	1 Na publicação	2 Em compartilhamentos
1 Triste	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
45 Comentários	8 Em uma publicação	37 Em compartilhamentos
65 Compartilhamentos	65 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

888 Cliques em publicações

370 Visualizações da foto	1 Cliques no link	517 Outros cliques
-------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

4 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Figura 2 - Post de lançamento⁹

Os 45 dias da campanha foram divididos em três partes. Nas duas primeiras semanas, foram lançados posts e vídeos contando sobre a atuação do candidato em sua vida como cidadão, ativista e, posteriormente, como homem público. Na maioria dos posts eram colocados a descrição das imagens para permitir o acesso das pessoas com deficiência visual, como já citado anteriormente.

9

<https://www.facebook.com/goura12108/photos/a.780895105289240.1073741828.774261232619294/1218738808171532/?type=3>

Goura
Publicado por Leonardo Ferron Baggio [?] · 22 de agosto · 🌐

Quando uma ciclofaixa se mostrou necessária para Curitiba, ele e os amigos fizeram. Quando foi preciso uma associação para pressionar o governo, ele e um grupo de pessoas fundaram a Cicloiguaçu. Quando a oportunidade de fazer grandes projetos junto ao poder público surgiu, ele aproveitou e ajudou a tornar Curitiba uma cidade amiga da bicicleta, implementando áreas-calmas, ciclo-faixas, paraciclos e ações de conscientização na cidade toda.

É desse jeito que, para nós, a política deve ser feita: unindo pessoas e sonhos para construir juntos a cidade que queremos. #vadegoura #vadebike #GO12108

Descrição da Imagem: Foto em preto e branco de rosto do Goura, com um leve sorriso. Ele está com cabelo preso, barba e bigode. Acima à esquerda, o texto: "O Goura faz política desde muito antes de ser candidato." Abaixo à direita, a logomarca "GO"



7.518 Pessoas alcançadas

517 Reações, comentários e compartilhamentos

443 Curtir	106 Na publicação	337 Em compartilhamentos
20 Amei	4 Na publicação	16 Em compartilhamentos
1 Uau	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
10 Comentários	0 Em uma publicação	10 Em compartilhamentos
43 Compartilhamentos	40 De uma publicação	3 Em compartilhamentos

909 Cliques em publicações

185 Visualizações da foto	0 Cliques no link	724 Outros cliques
-------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

1 Ocultar publicação	1 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Figura 3 - Post sobre a atuação política do candidato¹⁰

Em seguida, foram postados filmes com depoimentos de pessoas que apoiavam o candidato. O que teve maior número de visualizações e compartilhamentos foi o da Monja Coen, uma budista referência em assuntos como Yoga, Meditação e Cultura da Paz de forma geral.

10

<https://www.facebook.com/goura12108/photos/a.780895105289240.1073741828.774261232619294/1224079287637484/?type=3>



Figura 4 – Depoimento Monja Coen¹¹

Nas últimas quatro semanas, foram intercalados posts falando sobre ações específicas da campanha, depoimentos, jingles, e três filmes elaborados sobre assuntos chave da campanha, detalhados a seguir, além do filme de encerramento, o que teve o maior engajamento por parte do público.

10. Posts com mais visualizações

Foi identificado que as postagens que tiveram mais visualizações foram os materiais audiovisuais da campanha. Apesar disso, dentre os quatro posts com melhores resultados, o segundo que atingiu mais resultados foi uma foto, sem

¹¹ <https://www.facebook.com/goura12108/videos/1236389846406428/>

qualquer trabalho criativo e nem identidade visual da campanha, como veremos a seguir.

4º Lugar - Filme Manifesto

O filme apresenta o candidato a partir de diversas imagens de pessoas e ações, mostrando sua trajetória como ativista, sua campanha para deputado federal em 2014, sua atuação na Secretaria de Trânsito de Curitiba e sobre suas ideias para a cidade com o mandato de vereador.

Vídeo
Publicação

Goura

Publicado por Rafael Bertelli [?] · 26 de agosto · 🌐

O Goura faz política muito antes de ser candidato. Ocupando e intervindo nos espaços públicos, ele uniu centenas de pessoas que constroem a cidade com as próprias mãos.

São pessoas que, assim como ele, acreditam que cada um deve fazer sua parte para reinventar a cidade e a política.

Esperamos que você seja uma delas. Conheça as propostas e faça parte. www.goura12108.com.br #GOURA12108... Ver mais

GOURA 12108 - GO

02:52

🟢 **Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos**

Impulsione esta publicação por R\$ 3 para alcançar até 1.300 pessoas.

36.280 pessoas alcançadas
Impulsionar publicação

👍❤️😄 308
39 comentários 🗨️

241 compartilhamentos

👍 Curtir
💬 Comentar
➦ Compartilhar

36.280 Pessoas alcançadas

14.833 Visualizações do vídeo

1.848 Reações, comentários e compartilhamentos

1.374 👍 Curtir	285 Na publicação	1.089 Em compartilhamentos
83 👉 Amei	19 Na publicação	64 Em compartilhamentos
3 😄 Haha	2 Na publicação	1 Em compartilhamentos
6 😲 Uau	2 Na publicação	4 Em compartilhamentos
1 😞 Triste	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
129 Comentários	49 Em uma publicação	80 Em compartilhamentos
253 Compartilhamentos	241 De uma publicação	12 Em compartilhamentos

4.578 Cliques em publicações

711 Cliques para reproduzir 🎵	7 Cliques no link	3.860 Outros cliques 📄
---	-----------------------------	----------------------------------

Figura 5 - Filme de lançamento da campanha¹²

¹² <https://www.facebook.com/goura12108/videos/1228741470504599/>

3º Lugar – Filme sobre alimentos orgânicos

Para as duas últimas semanas da campanha, foram criados filmes com ativistas de 3 causas: cicloativismo, economia criativa e alimentos orgânicos. O primeiro deles foi sobre o trabalho de Fernando Rosenbaun e Tissa Valverde, criadores da Bicletaria Cultural em Curitiba; o segundo foi com a criativa Karla Keiko e o empreendedor Andre Santi; e o terceiro, que teve maior resultado dentre os três, foi dos produtores orgânicos Beatriz Tavora, José Buffo e Ademar Brasileiro, que teve um alcance de 37.400 pessoas.

Goura
Publicado por Rafael Bertelli [?] · 28 de setembro às 11:49 · 🌐

Por mais alimentos orgânicos, por mais incentivo aos pequenos produtores, #VADEGOURA nesse domingo!

Mais um filme lindo feito com pessoas que estão construindo a cidade que sonhamos. Seja você também a mudança. Recrie sua cidade.
#GOura12108!

Cidade feita por pessoas EP 3 - Orgânicos
02:54

Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Impulsione esta publicação por R\$ 3 para alcançar até 1.300 pessoas.

37.400 pessoas alcançadas **Impulsionar publicação**

168 reações 24 comentários 247 compartilhamentos

Amei Comentar Compartilhar

37.400 Pessoas alcançadas

10.747 Visualizações do vídeo

1.552 Reações, comentários e compartilhamentos

1.095 Curtir	146 Na publicação	949 Em compartilhamentos
92 Amei	21 Na publicação	71 Em compartilhamentos
6 Uau	1 Na publicação	5 Em compartilhamentos
110 Comentários	27 Em uma publicação	83 Em compartilhamentos
250 Compartilhamentos	247 De uma publicação	3 Em compartilhamentos

3.082 Cliques em publicações

372 Cliques para reproduzir	0 Cliques no link	2.710 Outros cliques
---------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	1 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Figura 6 - Filme sobre alimentos orgânicos¹³

¹³ <https://www.facebook.com/goura12108/videos/1258398014205611/>

2º Lugar – Post confirmando a conquista

Logo após o resultado da eleição, foi postada uma foto do candidato sendo abraçado por sua mãe. Apesar de não haver qualquer produção ou trabalho criativo na imagem – uma foto captada às pressas – o post foi o que teve o segundo maior número de visualizações da campanha, ficando atrás apenas do filme de encerramento.

Goura
Publicado por Leonardo Ferron Baggio [?] · 2 de outubro às 18:34 · 🌐

Fomos eleitos com 6.567 votos!!! Sob a benção da mãe, agradecemos a todos que fizeram e que vão fazer parte desta caminhada. Esse é só o começo! #ÉGOURAVEREADOR



Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Impulsione esta publicação por R\$ 3 para alcançar até 1.300 pessoas.

50.223 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

👍👎👉 1,7 mil 251 comentários 132 compartilhamentos

[Curtir](#) [Comentar](#) [Compartilhar](#)

50.223 Pessoas alcançadas

4.647 Reações, comentários e compartilhamentos

3.499 Curtir	1.445 Na publicação	2.054 Em compartilhamentos
428 Amei	263 Na publicação	165 Em compartilhamentos
14 Uau	5 Na publicação	9 Em compartilhamentos
1 Triste	0 Na publicação	1 Em compartilhamentos
2 Grr	0 Na publicação	2 Em compartilhamentos
577 Comentários	450 Em uma publicação	127 Em compartilhamentos
132 Compartilhamentos	132 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

7.246 Cliques em publicações

923 Visualizações da foto	5 Cliques no link	6.318 Outros cliques
-------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

FEEDBACK NEGATIVO

7 Ocultar publicação	4 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Figura 7 - Post confirmando a conquista da vaga de vereador¹⁴

14

<https://www.facebook.com/goura12108/photos/a.780895105289240.1073741828.774261232619294/1262646447114101/?type=3&theater>

Apesar de ter ficado em segundo lugar em número de visualizações, a foto foi a que teve o maior envolvimento dentre todos os posts, ultrapassando inclusive o vídeo de encerramento, como podemos ver abaixo.

Todas as publicações enviadas

Pesquisar... Alcance: orgânico/pago Cliques em publicações Reações, comentários e compartilhamentos

Publicado	Publicação	Tipo	Direcionamento	Alcance	Engvolvimento	Promover
2/10/2016 18:34	 Fomos eleitos com 6.567 votos!!!			50,2K 	7,3K  4,6K 	<input type="button" value="Impulsionar publicação"/>
29/9/2016 10:44	 Isso não é apenas uma campanha			57,3K 	6,7K  2,9K 	<input type="button" value="Impulsionar publicação"/>

Figura 8 – Envolvimento dos principais posts

1º Lugar – Filme de encerramento

O filme que encerrou a campanha foi um resumo dela. Com trechos dos materiais produzidos durante a eleição, o candidato conta sua visão sobre a política, sobre sua atuação no dia a dia para melhorar a cidade e suas intenções como vereador. Um filme que teve um alto engajamento, inclusive por pessoas de fora do Estado, por deixar claro que a campanha e a política feita por esse coletivo fogem do modelo tradicional.

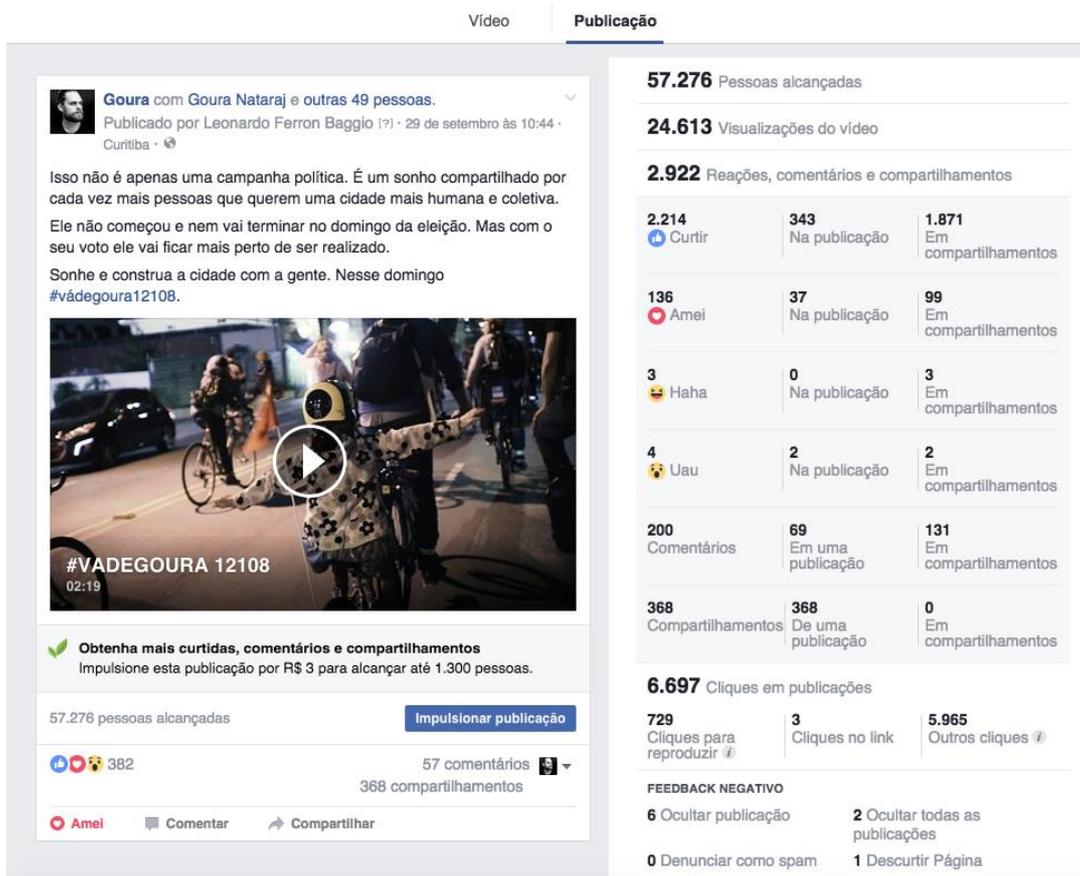


Figura 9 – Filme de encerramento¹⁵

11. Mapas das Regionais de Curitiba

O trabalho que melhor resume a colaboratividade da campanha foi feito em conjunto por mais de 20 pessoas. O resultado foi a criação de mapas das 10 regionais de Curitiba ilustrados por 10 artistas diferentes, um para cada regional. O projeto, intitulado “A cidade que sonhamos”, mostra como é a cidade que cada um deles sonha viver. Muitos dos artistas já conheciam o Goura e faziam parte do movimento, e ao serem convidados contribuíram voluntariamente com sua arte para ajudar a construir essa cidade. O resultado foi a criação de obras que se transformaram em armas da campanha para passar suas intenções de forma lúdica.

¹⁵ <https://www.facebook.com/goura12108/videos/1259017114143701/>

COMPOLÍTICA 7

FABICO-UFRGS

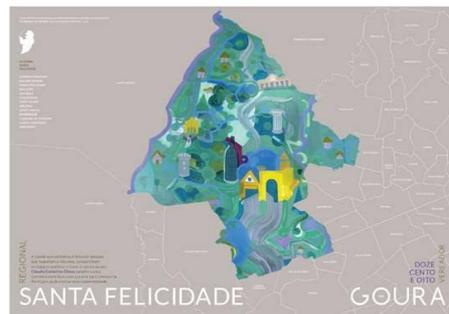
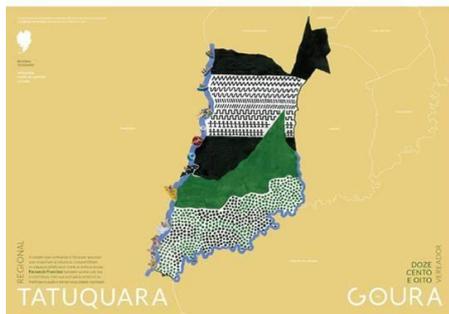
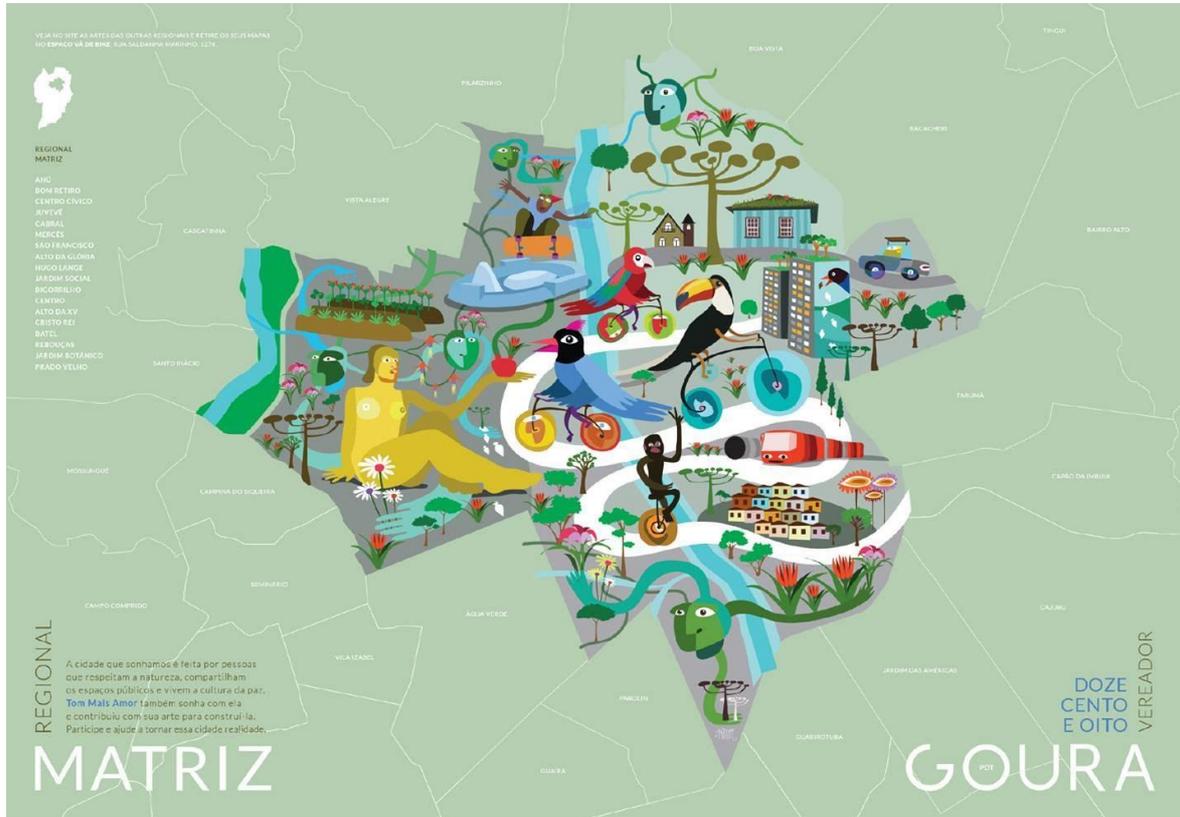


Figura 10 - Mapas das regionais de Curitiba¹⁶

No verso dos mapas, haviam exemplos de outras 9 pessoas que já fazem sua parte para construir essa cidade, todas envolvendo as principais pautas da campanha, como compostagem, criação de hortas urbanas, direitos dos animais, alimentação sustentável, ciclomobilidade, direito dos animais, parto humanizado, direitos humanos, cultura da paz, economia criativa e arte e cultura.

¹⁶ Mapas detalhados em: <https://www.goura12108.com.br/>



MEIO AMBIENTE
SEU LIXO PODE VIRAR ADUBO PARA SUA HORTA.
 Com a técnica da compostagem é possível transformar lixo orgânico em adubo rico em nutrientes, ideal para adubar hortas em seu bairro, casa ou apartamento. O cultivo traz benefícios terapêuticos e nos permite comer alimentos saudáveis, economizar e preservar o meio ambiente.
 Aprenda a criar hortas com a técnica ambiental Iracema Bernardes e conheça as dicas de alimentação sustentável do técnico agroflorestal Gabriel Menezes.
goura12108.com.br/propostas/meio-ambiente

MOBILIDADE
QUANTO MAIS VOCÊ PEDALA MELHOR VOCÊ VIVE.
 Na cidade que sonhamos um dos principais meios de transporte é a bicicleta. É uma maneira saudável, econômica e sustentável de viver a cidade de outra forma, ainda mais agora com os recentes avanços da ciclomobilidade de Curitiba.
 Aproveite as dicas do artista visual Laurence Duarte para quem quer começar a pedalar e informações básicas sobre manutenção de bicicletas.
goura12108.com.br/propostas/mobilidade

DIREITOS DOS ANIMAIS
RESPEITAR OS ANIMAIS É RESPEITAR A VIDA.
 Oferecer alimento e água para animais de rua, ajudar em campanhas de castração, adotar animais abandonados e diminuir o consumo de alimentos de origem animal são atos simples, mas nobres, que queremos promover cada vez mais em nossa cidade.
 Veja as indicações do empreendedor e ativista Andrey Sanson para contribuir com essa causa e conheça as nossas propostas sobre o assunto.
goura12108.com.br/propostas/direitos-dos-animais

PARTO HUMANIZADO
A VIDA PODE E DEVE COMEÇAR BEM.
 O Parto Humanizado respeita um dos momentos mais especiais da existência, garantindo um nascimento mais natural e menos traumático para mães e bebês. Desde o início, a gestante é acompanhada com atenção, tendo suas dúvidas e necessidades respeitadas, vivenciando assim um parto confortável e seguro.
 Confira as recomendações da enfermeira obstétrica Adellita Gonzalez sobre o assunto e conheça nossas ideias sobre o Parto Humanizado.
goura12108.com.br/propostas/aiade

DIREITOS HUMANOS
AS PESSOAS SÃO DIFERENTES, OS DIREITOS IGUAIS.
 Quanto mais o tempo passa, mais se faz necessária a luta pelos direitos dos povos indígenas e de minorias como idosos, comunidade LGBT, negros, migrantes e refugiados. Não importa a qual grupo pertencemos, na cidade que sonhamos todos lutam pelos direitos de todos.
 Saiba mais sobre a luta da jornalista e ativista Sandra Terena e nossas propostas para os direitos humanos.
goura12108.com.br/propostas/direitos-humanos

CULTURA DA PAZ
VIVA A CULTURA DA PAZ E DA NÃO-VIOLÊNCIA.
 A construção da paz na cidade que sonhamos começa a partir de uma atitude pessoal de mais tolerância e empatia. Práticas como Yoga e Meditação nos ajudam a entender nossa responsabilidade na construção de um mundo mais humano.
 Conheça os ensinamentos da Monja Coen, uma inspiração constante no desenvolvimento da cultura da paz e da não-violência.
goura12108.com.br/cultura-da-paz

EMPREENDEDORISMO
COMO MELHORAR A ECONOMIA? COM CRIATIVIDADE.
 A Economia Criativa, Verde e Solidária é uma alternativa inovadora na geração de trabalho, renda e inclusão. Ela agrega valor aos serviços e produtos, diminui o impacto ambiental e integra quem produz, quem vende, quem troca e quem compra.
 Veja as sugestões sobre empreendedorismo do especialista em relações internacionais Camillo González.
goura12108.com.br/propostas/empreendedorismo

ARTE E CULTURA
CIDADE QUE RESPIRA ARTE INSPIRA PESSOAS.
 A arte e a cultura urbana tornam as pessoas e as cidades únicas. Na cidade que sonhamos, a arte é fundamental para criar cidadãos sensíveis e críticos, capazes de agir e pensar em por si mesmos para mudar a realidade ao seu redor.
 Confira as dicas do artista e empreendedor Claudio Celestino Dims.
goura12108.com.br/arte-cultura
goura12108@gmail.com
[fb/Goura12108](https://www.facebook.com/Goura12108)
www.goura12108.com.br

GOURA
 VEREADOR

PREFEITO GUSTAVO 12 A CIDADE É COLETIVA SUA CONSTRUÇÃO TAMBÉM 12108 PDT

Figura 11 – Frente e verso do mapa Regional Matriz

O material direcionava para o site da campanha, onde era possível ver dicas dessas pessoas sobre suas ações para que cada um pudesse fazer sua parte na construção de uma cidade mais colaborativa e participativa.

Foram impressos 14 mil mapas em tamanho A2. Cinco mil da regional Matriz e outros mil para cada uma das outras regionais. Eles funcionaram como um material de guerrilha diferente, que foi distribuído pelo coletivo de pessoas nas diversas regionais da cidade durante as duas últimas semanas da campanha.

Por ser bem diferente de um material político tradicional, a aceitação de quem recebia os mapas era muito positiva, causando uma grande procura pelos mapas das outras regionais por pessoas que queriam “coleccionar” todos eles. Outro diferencial é que em nenhum momento no material é citado o candidato em si, exceto pelo nome e número, focando principalmente em pessoas que acreditam e lutam pelas mesmas causas da campanha.

Foi nele que o conceito “Cidade feita por pessoas” ficou mais claro, sendo um dos grandes diferenciais a campanha.

12. Conclusão

Entendemos que as novas formas de participação possibilitadas pela internet tem o potencial de interferir no cenário político nacional a longo prazo, visto que tendem a tornar o processo político mais democrático e colaborativo, possibilitando o surgimento de mais candidatos cujo o maior capital são seus apoiadores e não a verba investida na campanha, o que geralmente era o diferencial para o sucesso ou não de uma eleição. Sobre o impacto das campanhas online a longo prazo, Camillo Aggio considera que:

As campanhas online têm o potencial de acrescentar modos mais participativos, mas também maior transparência, munindo os cidadãos de maiores possibilidades de esclarecimentos, participação e caminhos para a investigação no sentido de sofisticar seu aporte cognitivo para uma tomada de decisão mais esclarecida. (AGGIO, p. 190)

Agora, é importante acompanhar o andamento do mandato do vereador eleito para entender se os princípios colaborativos da campanha terão mais ou menos espaço durante os quatro anos de legislação. A intenção do candidato é que isso continue crescendo cada vez mais. Questionado sobre a conquista da vaga como vereador, ele afirma que:

Eu acho que o mandato não me pertence. Claro, eu fui eleito por causa de um histórico, de uma atuação, mas um histórico de uma atuação coletiva. Eu não estou representando um grupo econômico, um grupo único de interesses, eu tô representando pautas coletivas, e pautas que tem ainda uma pouca expressividade política, então eu acho que nesse sentido é também uma confiança numa habilidade política de diálogo e de articulação que eu espero corresponder à altura.¹⁷

Por fim, concluímos que campanhas colaborativas representam uma nova forma de exercer a Autonomia Social na sociedade em rede. Esperamos que o estudo desse exemplo prático possa auxiliar mais pessoas a atuarem ativamente na política, contribuindo para o aumento da participação democrática no país e de uma atuação política cada vez mais colaborativa.

13. Referências

¹⁷ Entrevista com Goura Nataraj: <https://soundcloud.com/lbaggio/sets/entrevistas>

AGGIO, Camilo. Internet, eleições e participação. Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanha Online. In. **Internet e participação política no Brasil**/orgs Rousiley Célia Moreira Maia, Wilson Gomes, Francisco Paulo Jamil Almeida Marques – Porto Alegre: Sulina, 2011.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignación y Esperanza**. Barcelona: Alianza, 2012.

KANT, Immanuel. **Resposta à Pergunta: Que é Esclarecimento?** In: Textos Seletos. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1999.

LE MOS, André; LEVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.