



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA-GERAL

PROJETO:

Participatório: O observatório participativo da juventude

Consultoria UNESCO – Produtos Previstos

Produto 01

**Documento técnico com proposição e recomendações para o desenho
das novas tecnologias de participação para o projeto *Participatório***

Brasília, fevereiro de 2012

Este documento pretende atender aos objetivos do contrato SA-60/2012, de referência BOC: 914BRZ3044 – AGENDA JUVENTUDE BRASIL, que visa suprir as necessidades do projeto **“Participatório: O observatório participativo da juventude”** relacionados à tecnologias 2.0 de comunicação e interação diante às possibilidades de utilização da internet como rede de formulação de políticas públicas, acompanhamento e troca de informações entre interagentes interessados nos temas da Secretaria.

Desse modo, a **consultora** abaixo subscrita vem, por meio deste, apresentar o **primeiro produto** da consultoria técnica contendo: **“Caminhos e estratégias para aumentar a adesão de novos atores ao Participatório, bem como para a disseminação de campanhas a partir do ambiente e regra para cálculo de Karma Digital dentro da plataforma”**. Preferencialmente focado no público alvo de gestores de juventude, pesquisadores da temática e jovens.

No presente relatório as sessões estão divididas por objetivos, apresentando-se em quatro partes cada uma: **Referencial Teórico, Casos existentes, Recomendações e Proposições**. Os eventuais anexos seguem em arquivos .pdf em separado e estarão referenciados em imagens menores. O arquivo digital deste se encontrará em pasta a determinar na Secretaria responsável.

Na certeza de poder colaborar, sistematicamente, para o cumprimento das ações propostas, coloco-me a disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,

Yasodara Maria Damo Córdova

Consultora técnica UNESCO

CAMINHOS E ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A ADESÃO DE NOVOS ATORES AO PARTICIPATÓRIO, PREFERENCIALMENTE FOCADO NO PÚBLICO ALVO DE GESTORES DE JUVENTUDE, PESQUISADORES DA TEMÁTICA E JOVENS.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

Participação social em ambientes virtuais: breve histórico do aumento da interação

"As tecnologias mais profundas e duradouras são aquelas que desaparecem. Elas dissipam-se nas coisas do dia a dia até tornarem-se indistinguíveis."

Mark Weiser

As ferramentas para comunicação à distância baseadas em interação humano-computador¹ através da internet tem em sua evolução, como principal característica, a tentativa de suprir as necessidades reais dos usuários, procurando assim aproximar cada vez mais as experiências virtuais das experiências físicas pré-existentes. A internet "imperceptível", ainda ficção científica, vai aos poucos se tornando realidade à medida em que as tecnologias para interação vão se tornando ainda mais ubíquas² e tendem a não interferir fisicamente na vida do usuário, que aos poucos integra a vida digital ao seu cotidiano.

Aos poucos, neste caminho, vão sendo incorporadas em ambientes virtuais práticas comuns que usualmente não eram mediadas por computador, mas que vêm sendo integradas na medida em que evoluem em suas interfaces de representação.

A partir de ferramentas de chat como o IRC³, (*Internet Relay Chat*), os ambientes sociais virtuais foram anexando novas funcionalidades de conversação e interação cada vez mais apuradas e cada vez mais sinestésicas⁴. Os grupos do Orkut⁵, por exemplo, foram a primeira demonstração de que o agrupamento de pessoas em unidades temáticas tinha função mobilizadora, quando as pessoas começaram a aderir às comunidades e produzir, interagir e criar conteúdo sobre determinadas temáticas. Motivados pelo entretenimento, os usuários em torno de temas puderam se conhecer (inclusive pessoalmente, em encontros temáticos) e trocar experiências, bem como firmar laços de afetividade antes improváveis, devido à não existência de

1 "interação entre [pessoas](#) e [computadores](#). É uma matéria interdisciplinar que relaciona a [ciência da computação](#), [artes](#), [design](#), [ergonomia](#), [psicologia](#), [sociologia](#), [semiótica](#), [linguística](#), e áreas afins. A interação entre humanos e máquinas acontece através da [interface do utilizador](#), formada por [software](#) e [hardware](#)." - wikipedia.org

2 "Computação ubíqua tem como objetivo tornar a interação pessoa-máquina invisível, ou seja, integrar a [informática](#) com as ações e comportamentos naturais das pessoas." - wikipedia.org

3 **Internet Relay Chat (IRC)** é um protocolo de comunicação utilizado na [Internet](#). Ele é utilizado basicamente como bate-papo ([chat](#)) e troca de arquivos, permitindo a conversa em grupo ou privada.

4 Sinestesia é a relação de planos sensoriais diferentes. N.A.

5 Rede social do google disponível em www.orkut.com

ambientes apropriados para isso.

As extensões em redes sociais surgiram para manter as conexões entre os usuários após o ato de desconectar do chat ou sair do ambiente (deslogar), ou ainda para comunicar a instantaneidade do status. Isso foi o passo decisivo para a experimentação de novas formas de agrupamento e mobilização através do compartilhamento de idéias em todas as plataformas disponíveis. O microblogging,⁶ ou o “instant pic”⁷, para compartilhamento quase em tempo real (NRT) puderam manter organizadas redes temáticas de pessoas, estabelecer relações de pertencimento e interconexão que são o princípio da virtualização em massa das relações entre as pessoas e das próprias ações. Desse modo, as ferramentas de redes sociais e compartilhamento de conteúdo puderam adquirir, em determinadas situações, o papel secundário de sedes informais para mobilização da militância, aglutinadas e facilmente reconhecíveis por tema – por exemplo os trending topics do twitter ou grupos ou páginas no Facebook.

Essas ferramentas tem como característica apresentarem interfaces especiais, desenhadas para atingir o nível máximo de experiência e interação entre humanos através de máquinas, dentro de ambientes de software, admitindo que o ser humano comum usuário de tecnologias para interação tende a realizar as ações em ambientes digitais motivados pela ação derivada de interações sociais – como fazer amigos, compartilhar particularidades, discutir angústias, construir conteúdo de entretenimento e criar conversas transversais, muitas vezes com objetivos secundários visando o *Karma* digital positivo, assunto do item 2 do presente relatório.

Nesse cenário não se pode deixar de destacar o papel que a difusão dos smartphones representa no acesso e uso de redes sociais virtuais para interação entre pessoas. Os aparelhos celulares apresentaram queda significativa nos preços nos últimos 2 anos, ao mesmo tempo em que as operadoras passaram a oferecer planos mais acessíveis de compra dos aparelhos parcelados, bem como de acesso à internet, cobrando diárias ou valores mais atrativos para a maioria da população que antes não tinha acesso.

A despeito da desigualdade de acesso à rede, o crescimento vertiginoso do número de brasileiros com celulares incentivou a troca de conteúdo pessoal, ainda que não via web, tais como fotos, mensagens e vídeos. Este comportamento acabou sendo incorporando aos ambientes digitais da internet perfeitamente, uma vez que a velocidade da curva de aprendizado das ferramentas se tornou mais rápida. Assim, o aparelho de celular mostra-se como um importante elemento dessas transformações, ainda em curso, bem como os novos dispositivos portáteis, tais como *tablets* e outros *gadgets* do tipo *handheld*, que potencialmente se mostram como novos pontos de acesso e interação entre participantes de redes online.

6 Blogagem com número de caracteres limitados pela ferramenta. Geralmente vão até 140 caracteres, como o twitter.

7 Definição para tirar fotos, tendo como resultados pequenas imagens de baixa resolução que podem substituir textos inteiros.

2. CASOS PARA REFERÊNCIA

2.1 A Revolução no Egito e a força das redes:

Recentemente o Egito pôde provar a força da mobilização política como mola motora da revolução que tirou Hosni Mubarak do poder pelos registros virtuais do Twitter e Facebook, largamente utilizados para agendar compromissos, conectar os revolucionários e, principalmente, divulgar os acontecimentos que ocorriam em cada manifestação para o resto do mundo com a utilização de ferramentas simples. O telefone celular e as redes sociais online garantiram à grande imprensa, que antigamente teria dificuldades com custos e logística para enviar repórteres e fotógrafos, notícias a partir dos próprios cidadãos, que produziam material multimídia sobre os conflitos, deixando a comunidade internacional a par de tudo o que estava acontecendo.

O potencial da rede despertou tentativas dos governos autoritários de censurar o acesso dos cidadãos principalmente às Redes Sociais virtuais, ambientes que possibilitam a livre troca de informações e, portanto, desencadeiam ações. O governo chinês, por exemplo, tentou acordos com a empresa Google no sentido de filtrar conteúdos julgados inadequados para a livre exibição de resultados de buscas. As condições do governo chinês não foram aceitas pelo Google, mas a censura à rede nesses países com frequência resulta na retirada de sites pessoais do ar, bem como prisão de blogueiros e outros atores da internet.

Tal ecologia pode ser analisada do ponto de vista da circulação da informação e de seus responsáveis: o ciclo da informação nas redes pode ser traçado à medida em que se espalha devido à ação de usuários que desempenham papéis específicos. Estes papéis não são fixos ou determinados previamente. São parte do arranjo da rede em torno das interações. É importante traçar o perfil de cada usuário desejado de acordo com a ação a ser realizada com a informação de modo a prever esses arranjos ou direcioná-los a partir da interface.

Raquel Recuero, em artigo⁸ sobre os dados divulgados pelo Facebook⁹, diz que:

“(...) ter conexões na rede é um valor, um tipo de capital social relevante e traz aos membros da rede benefícios (...)”

Logo, podemos concluir que o resultado das conexões é o benefício gerado nas relações em rede. Quanto mais amigos as pessoas têm, mais fácil reconhecer identificações – valor que vai ser utilizado para **sugerir ações de modo confiável e assim impactar na vida fora do ambiente online.**

2.2 Brasileiros em redes sociais

8 http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/facebook_grau_de_separacao_e_redes_sociais.html

9 <https://www.facebook.com/notes/facebook-data-team/anatomy-of-facebook/10150388519243859>

O público brasileiro tem comportamento único nas redes sociais na internet. O número de brasileiros participantes nesse tipo de plataforma é um dos maiores do mundo¹⁰ e os motivos para os brasileiros utilizarem de modo massivo e intenso as redes ainda não é bem definido, embora estudos indiquem que há uma predisposição do brasileiro para interagir em ambientes virtuais.

Isso potencializa a formulação de políticas públicas a partir da observação e troca de informações direta com os usuários em rede, pressupondo o monitoramento aberto – com regras definidas para preservação da privacidade – e a observação contínua, sistemática e guiada por metodologias bem definidas para o incremento positivo nos resultados, bem como a interação direta entre gestores governamentais, jovens, redes interessadas e pesquisadores da área.

2.3 Pesquisadores na internet

O ambiente acadêmico virtual também é atingido por essas mudanças de paradigma. A troca de informações em alta velocidade tem sido premissa para questionamentos sobre os métodos utilizados para distribuir o resultados das pesquisas acadêmicas de modo mais democrático e universal através da internet, em busca de atingir mais efetividade a partir de resultados que antes ficariam restritos à esfera teórica.

Este cenário resultou no recente surgimento de redes virtuais acadêmicas para a distribuição de conteúdo diretamente pelos pesquisadores/autores como o Academia.edu¹¹ ou ResearchGate¹², que pretendem dar ao pesquisador a opção de fazer o *upload* de seu conteúdo para a distribuição em licenças flexíveis, remunerados ou não, de modo a entrar em contato direto com interessados.

Este contraponto (redes sociais para acadêmicos) deixa os atuais diretórios de artigos e materiais resultantes das pesquisas para download desatualizados. As informações que são compartilhadas neste tipo de ambiente não ganham escala na sua distribuição na internet por características técnicas: falta de metadados para classificação da informação e troca de dados pelos buscadores, tecnologias fechadas como Adobe Flash, que não permite que o conteúdo de um determinado site seja alcançado pelas ferramentas de busca, entre outros. No Brasil existem diretórios com dados referentes ao ambiente acadêmico e seus frequentadores, mas não são plataformas entrecruzadas e por isso não oferecem cruzamento de informações entre si e muito menos acesso aos buscadores. Este é um problema técnico que provoca resultados diretos na interação do público com a informação oferecida e pode ser resolvido a partir da troca de paradigmas técnicos de produção, com a adoção de padrões internacionais para a classificação

10 Segundo pesquisa da comScore, os brasileiros são o quarto país em participação (em número) nas redes Facebook e Twitter.

11 Academia.edu é uma rede social onde o usuário se cadastra e pode seguir outros pesquisadores por instituição, tema, nome etc.

12 ResearchGate: rede social dedicada à pesquisa e ciência. Na rede o usuário pode encontrar e distribuir conteúdo científico, colaborar com pesquisas, procurar empregos em áreas específicas e entrar em contato com pesquisadores. A rede oferece seus serviços de graça.

de informações e softwares livres para construção das plataformas (vide proposições).

3. PROPOSIÇÕES

Sempre que uma rede que procura integrar vários atores em cenários diferentes precisa ter pluridade e horizontalidade o suficiente para permitir que o dialogo tenha livre circulação e seja passível de análise, além de obedecer aos princípios da transparência e colaboração.

As proposições que se seguem são diretrizes para que ocorra o máximo acesso à plataforma, como estratégia para adesão positiva e participação intensa com interatividade entre os jovens, pesquisadores e gestores.

Assim, propõe-se para o projeto:

Para o público em geral:

3.1) Livre circulação de informações de qualidade advindas de centros de pesquisa. Isso significa que a interface e o sistema devem trabalhar para que as seguintes ações sejam facilmente realizáveis

3.2) Abaixo listadas as principais ações recomendadas



- **PUBLICAR:** todos os membros da rede devem poder publicar conteúdos, escolhendo a licença no ato do *upload*.
- **CHAT:** Os membros com mais karma devem poder abrir chats no sistema, e os membros novos devem poder participar de chats e escolher chats por assunto, bem como visualizar uma lista de chats ocorrendo no momento;
- **PROCURAR:** Busca avançada liberada para membros e não membros;
- **PESSOAS:** Diretório de pessoas e instituições participantes disponível para usuários não logados e logados;
- **TEMAS:** Diretório de temas apresentando a nuvem de assuntos mais comentados e temas que receberam mais upload nos ultimos meses de uso;

SE CONECTE: Sessão que deve possibilitar a conexão opcional de mídias do usuário registrado, tais como: blogs (via feeds); Facebook, feeds do twitter, feeds do identi.ca, youtube e outras redes que disponibilizem formatos padronizados para troca de dados.

3.3) Licenciamento de conteúdo: os usuários devem estar sendo informados de que

suas publicações não podem infringir as atuais leis de Direito Autoral. Para facilitar tal ação, o Participatório deve disponibilizar opções de colocar conteúdo em licenças livres, como *Creative Commons*¹³, por exemplo.

3.4) Inserção de resumo a ser utilizado como instrumento para SEO¹⁴

3.5) Tagueamento horizontal por *folksonomia*¹⁵;

3.6) Escolha de ontologia própria para classificação de metadados utilizados em bases de conhecimento livre mundiais, seguindo os padrões do W3C para classificação de conteúdo

3.7) Para incentivar a entrada de usuários na plataforma, podem ser usadas técnicas de atração por presença. **O envio de convites a cabeças de rede pré-selecionados** é um tipo de ação que provoca mídia espontânea e a adesão por indicação com alta velocidade.

Funcionamento dos sistema dos convites:

1º passo: Serão distribuídos 50 convites para usuários selecionados durante reunião de contato. Cada usuário selecionado podera distribuir cinco convites ao longo de um mês, seguindo a seguinte fórmula:

n.5 = x => onde n é o número de convites distribuídos e x é o número de usuários resultantes na plataforma ao final de cada ciclo de envio de convites. Com o início dos ciclos, deve-se observar a taxa de adesão dos convidados e o índice de aceitação dos convites com participações reais. A partir dessa observação o ajuste nos ciclos deve ser realizado de forma a estimar o número de usuários participantes ao final de 6 meses de uso da plataforma.

3.8) A plataforma deve ter como opção o login integrado com **redes sociais existentes**. Facebook login, Twitter login, Google login. Quando o usuário realizar essa ação, a plataforma deve guardar os dados e logs advindo das redes. \

3.9) Integração com a base da plataforma lattes¹⁶, de currículos e diretórios de pesquisa previamente identificados

3.10) Realização de reuniões presenciais para possibilitar:

- Capacitação;
- Escolha dos primeiros atores a entrarem na plataforma;
- Recolhimento dos dados necessários ao envio de convites;
- Explicação detalhada do projeto, proposta para os primeiros

13 Tipo de licença aberta para conteúdos online. Para saber mais: www.creativecommons.com

14 Search Engine Optimization: conjunto de técnicas utilizadas para que as ferramentas de busca possam encontrar mais facilmente o conteúdo de um site.

15 Maneira de indexar conteúdos a partir de etiquetas escolhidas e sugeridas pelos usuários.

16 Extração de dados na plataforma lattes: <http://lattes.cnpq.br/conteudo/extracao.htm>

gestores

Para os gestores:

- 1) Ferramentas gerenciais que permitam:
 - Análise de comportamento (entrada, saída, comentários, uploads);
 - Proposição de temas para debate;
 - Geração de relatórios sobre as campanhas;
 - Ferramentas de comunicação múltipla com os outros membros (envio de email, chamada para chat ou livestream, etc)

Para os pesquisadores da área:

- 1) Possibilidade de acoplar o login ao currículo lattes;
- 2) Possibilidade de marcar membros dos grupos de pesquisa
- 3) Possibilidade de fazer upload e download de conteúdos (observando-se a licença livre) em texto, imagem, vídeo ou som;

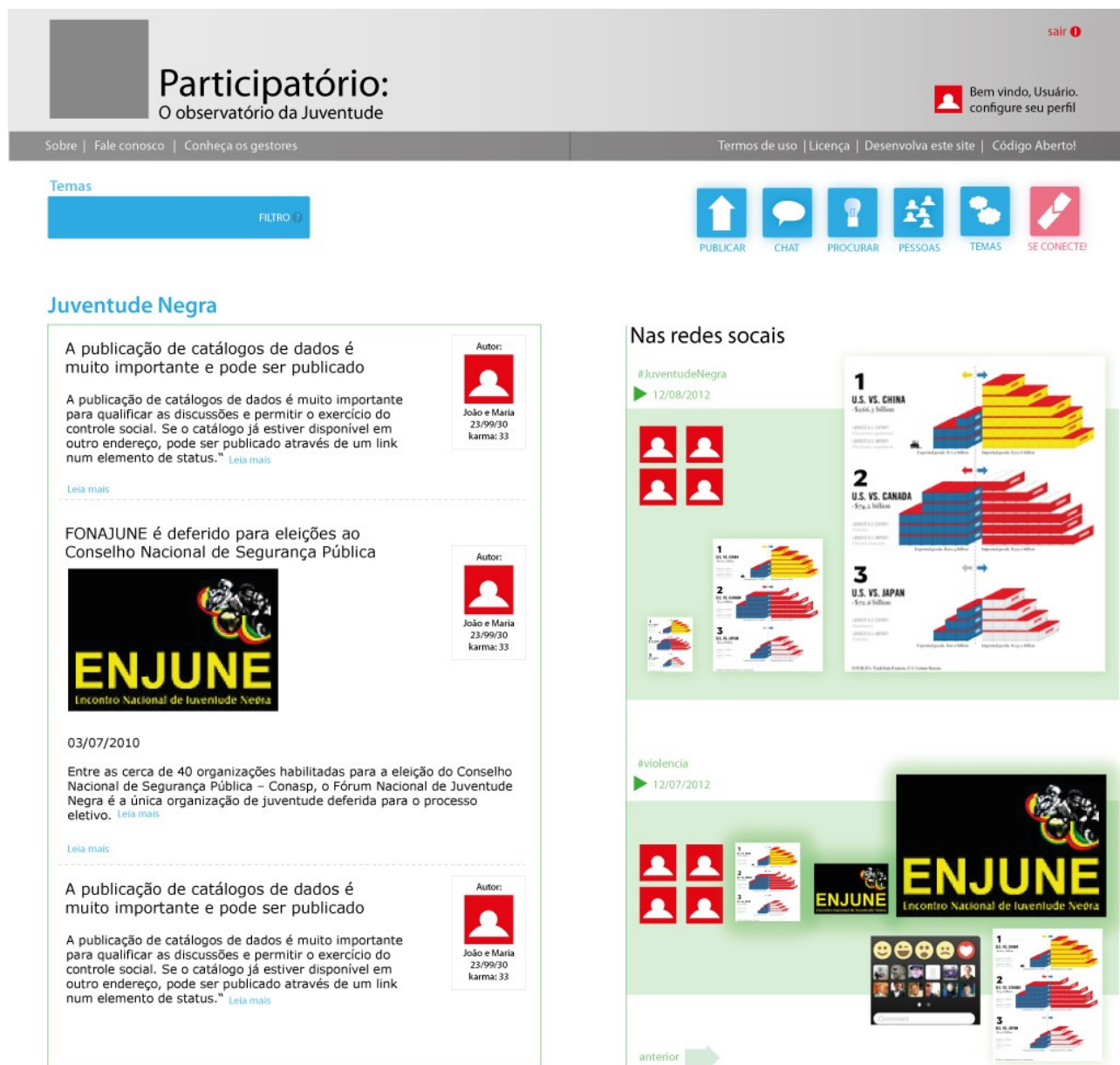
Para os jovens interessados:

- 1) Intensa produção de conteúdo em linguagem coloquial (núcleo redator)
- 2) Incentivo à produção de conteúdo relevante para a rede, principalmente em ocasiões importantes, nomeando jovens como fontes oficiais pelo Participatório em eventos e conferências;
- 3) Transformação da plataforma em base para aglomeração de informações sobre os temas das campanhas, com livre acesso e integração com Facebook, Wordpress e Twitter (via API's)
- 4) Construção da plataforma com a utilização de Software Livre de ampla base de desenvolvedores, para que possa sofrer interferências de comunidades de produção visando a construção horizontal do conhecimento sobre o software;
- 5) Criação de visualizações e infográficos sobre os temas do participatório em ritmo constante, devidamente divulgado e espalhado nas redes, emails, newsletter etc
- 6) Contato pessoal com jovens cabeças de rede visando prover o feedback necessário para a interação e melhora da plataforma através de sugestões no código e na forma, bem como no conteúdo.
- 7) Integração da plataforma com o *Gitorious*¹⁷ ou *Github*¹⁸, visando a facilidade na contribuição do código pela comunidade.

¹⁷ Repositório livre de código que fica hospedado na nuvem, baseado no software para versionamento GIT.

¹⁸ Repositório de código que fica hospedado na nuvem, no entanto, é uma plataforma proprietária de larga utilização por comunidades.

Seguem telas de possíveis interações com os usuários da plataforma. Os quadros abaixo são *wireframes*¹⁹ da interface final, sugerindo interações e caminhos para a conversa dentro da plataforma.



A tela do gerenciador/gestor da plataforma não deve ser diferente, a menos pelas atribuições do *status*, pressupondo ícones com funções específicas. No caso dos gestores, a geração de relatórios e o acompanhamento onisciente de algumas interações é necessário para o monitoramento e sistematização de ações para mobilização ou formulação de políticas voltadas para os temas, de acordo com os resultados e metodologia utilizada.

Segue a tela proposta como wireframe do perfil do usuário gestor logado:

¹⁹ Telas que explicam as interações de uma plataforma. São comumente associadas às estruturas de um prédio.

Temas

FILTRO 1



Seus posts sobre Juventude Negra

A publicação de catálogos de dados é muito importante e pode ser publicado

A publicação de catálogos de dados é muito importante para qualificar as discussões e permitir o exercício do controle social. Se o catálogo já estiver disponível em outro endereço, pode ser publicado através de um link num elemento de status." [Leia mais](#)

[Leia mais](#)

FONAJUNE é deferido para eleições ao Conselho Nacional de Segurança Pública



03/07/2010

Entre as cerca de 40 organizações habilitadas para a eleição do Conselho Nacional de Segurança Pública – Conasp, o Fórum Nacional de Juventude Negra é a única organização de juventude deferida para o processo eletivo. [Leia mais](#)

[Leia mais](#)

A publicação de catálogos de dados é muito importante e pode ser publicado

A publicação de catálogos de dados é muito importante para qualificar as discussões e permitir o exercício do controle social. Se o catálogo já estiver disponível em outro endereço, pode ser publicado através de um link num elemento de status." [Leia mais](#)

[Leia mais](#)

Relatórios

#violencia

12/07/2012

Visualização das palavras-chave



DOWNLOAD

#violencia

12/07/2012

Usuários que mais interagiram durante o período

- | | |
|---|--|
|  Bem vindo, Gestor
configure seu perfil | # juventude, conjuve, jovem, negro, educação, escola |
|  Bem vindo, Gestor
configure seu perfil | # juventude, conjuve, jovem, negro, educação, escola |
|  Bem vindo, Gestor
configure seu perfil | # juventude, conjuve, jovem, negro, educação, escola |

DOWNLOAD

anterior

4. RECOMENDAÇÕES

É recomendável que a plataforma seja completamente acessível. Para tal o uso de HTML 5 inclusivo é necessário. O design da plataforma deve ser atraente e minimalista, com foco em conteúdos personalizados e em temas segmentados para aumentar a clareza sobre as atividades dentro da plataformas, bem como não influenciar negativamente o ambiente.

REGRA PARA CÁLCULO DO KARMA DIGITAL DO PARTICIPATÓRIO, A PARTIR DE MÉTRICAS OBTIDAS A PARTIR DO PERFIL DO INTERAGENTE E DE DENTRO DAS

PRÓPRIAS DINÂMICAS DO PARTICIPATÓRIO, COMO ALCANCE, KLOUT²⁰, RELEVANCIA.

O Karma de cada usuário é uma medida conferida a ele devido à determinadas ações em uma rede. O Karma pode estar visível ou pode ser intangível porém decisivo para as interações entre os indivíduos em uma determinada plataforma. O Karma visível é aquele que fica representado por símbolo ou número junto ao perfil do usuário, conferindo-lhe categoria especial ou atividades restritas. O intangível é aquele que é conferido pela rede e é perceptível por rastros sociais indicativos, como por exemplo, o número de retweets no twitter.

Para o cálculo e atribuição do Karma, sugere-se a utilização do algoritmo do Software Livre Mename (<http://www.meneame.net/>) que serve para classificar e publicar notícias de usuários ou de outras plataformas, adaptando-se apenas o tempo de resposta para algo mais rápido. Portanto, propõe-se que no Participatório os princípios básicos sejam:

Aumento do Karma:

- Voto positivo a conteúdo enviado;
- Votos positivos em comentários ou notas ou atividades;
- “Símbolo de codeiro”: símbolo em tamanho 6px x 6px ao lado do nome do usuário que lhe será conferido quando este já tiver contribuído com código para a plataforma

Diminuição do Karma:

- Voto negativo ao conteúdo enviado;
- Votar negativamente em mais de 3 notícias em menos de 1 minuto;
- Votos negativos a comentários e notas;
- Votar negativamente mais de 3 vezes consecutivas e em menos de 1 minuto em conteúdos do mesmo usuário (unfair voting)

Cálculo do Karma:

O valor do Karma será de 1 a 20, sendo que o usuário já entra com 6 pontos. A partir daí a atividade realizada no sistema durante as 24 horas anteriores do processo que o calcula a regra passa a incidir. Se um usuário novo não teve atividade durante as 24 horas anteriores é bem provável que sua inatividade anule o seu karma. É necessário um mínimo de 5 votos para subir. Na classificação. O sistema que calcula o karma deve ser ativado rotineiramente de madrugada.

O Karma precisa ser a combinação dos seguintes elementos:

- 1) Votos recebidos sobre o conteúdo de um determinado usuário;**

²⁰ Poder de influência de um usuário web

- 2) Votos positivos emitidos
- 3) Votos negativos emitidos sobre conteúdos que foram banidos
- 4) Quantidade de interações com usuários gestores;
- 5) Alteração de código na plataforma;
- 6) Presença virtual nos chats com interações determinadas;
- 7) Upload de conteúdos relevantes (que receberam muitos votos)
- 8) O karma de um conteúdo ou usuário não pode ser alterado manualmente sob hipótese nenhuma nem pelos administradores do sistema;

Fórmulas para o Karma:

O Karma final é a média ponderada do Karma anterior e o novo cálculo. Se o novo valor é maior do que o valor antigo, se conserva 80% do Karma somado a 20% do novo. Já se o novo karma é menor do que o anterior, conserva-se 95% do Karma atual e soma-se 5% do novo.

Se não houve atividade nas últimas 24 horas:

O valor do novo karma é a média entre 6 e o seu karma atual. Se o Karma é menor do que 6, o novo valor será o mesmo, aumentado em 0.1. Se o valor é superior, o novo valor será o mesmo menos 0.5. A partir daí aplica-se a fórmula para o novo karma explicada anteriormente para obter o karma final.

Se houve atividade nas últimas 24 horas, adota-se as fórmulas e algoritmos utilizados no [código fonte do programa](#). Os valores descritos aqui visam apenas exemplificar para demonstrar como o sistema deveria funcionar.

Votos recebidos nos conteúdos:

$$(Pontos * (votos + recebidos / votos + máximo)) - (Pontos * (Votos - recebidos / votos + max) * 3)$$

Sendo Pontos=24 e votos+máximo= a maior soma de votos que todas as notícias e um autor só receberam nos últimos 5 dias. A fórmula segue penalizando os votos negativos mais pesadamente.

Votos positivos máximos

É a maior soma de votos positivos que todas as notícias publicadas por um só usuário receberam.

Resultado final:

Novo valor do karma = votos recebidos sobre o conteúdo + votos positivos emitidos +

votos negativos emitidos.

Se o novo valor do karma for maior ao antgo, o karma atual = 80% do karma antigo + 20% do valor do novo karma. Se o novo valor do karma é menor, então o karma atual = 95% do karma antigo + 5% do valor do novo karma.

Descrição dos grupos de usuários e suas tarefas:

Normal => todo aquele que se registra no participatório. Começa com 6 de karma e se alcança 80% do karma máximo, se converte em usuário especial e pode fazer comentários em conteúdos de outros usuários especiais.

Especial => usuário cujo karma é igual à 50% do karma máximo. O usuário especial pode fazer upload de imagens e compartilhar vídeos.

Blogueiro => O blogueiro tem as atribuições do usuário especial, porém, uma vez atingida esta categoria, não há volta às categorias anteriores.

Admin => Tem os mesmos atributos do usuário especial, porém recebeu convite do usuário Superadmin.

Superadmin => Usuário convidado primariamente.

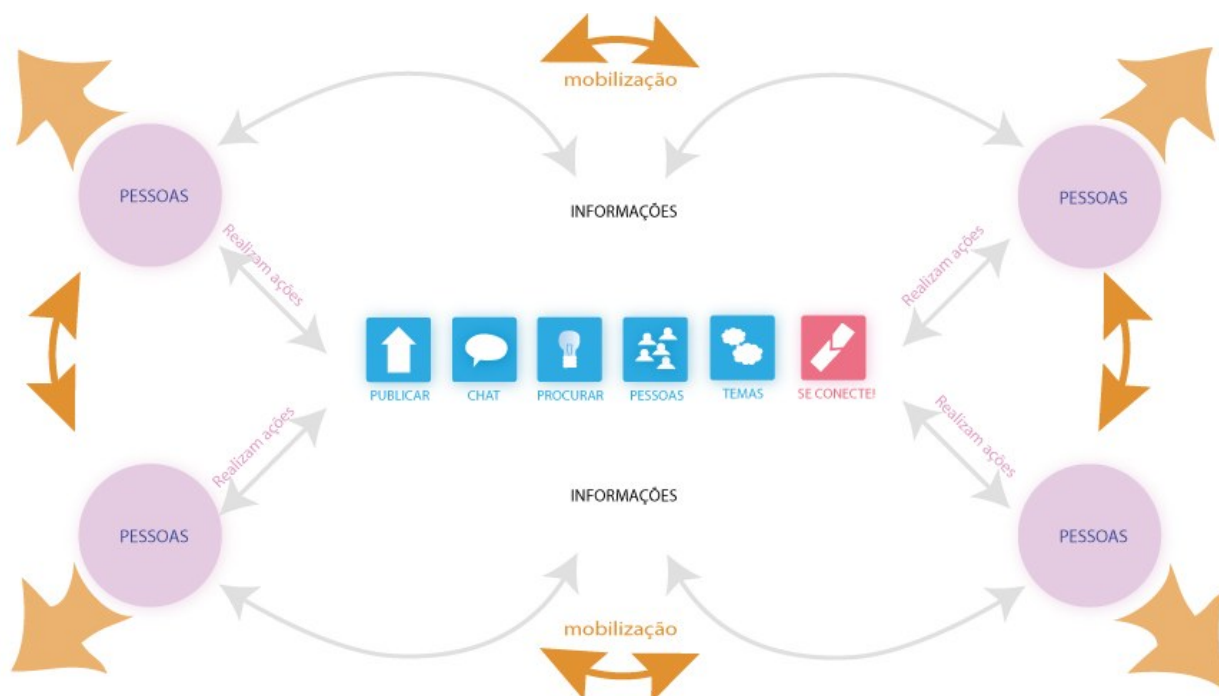
Os usuários não podem apagar comentários de outros usuários, nem editá-los. Podem denunciar em caso de conteúdo ofensivo pedindo a retirada do ar.

CAMINHOS E ESTRATÉGIAS PARA DISSEMINAÇÃO DE CAMPANHAS A PARTIR DO PARTICIPATÓRIO FOCADA NA PAUTA DO COMBATE A MORTALIDADE DE JOVENS NEGROS E NEGRAS.

A mobilização em torno de temas depende da qualificação da informação de cada campanha lançada. Nos dias atuais, onde o volume de informações é absurdo e a velocidade com que elas se espalham igualmente assustadora, a seleção e absorção de informações pode ser facilitada. Existem recursos importantes, como por exemplo, a visualização de dados e informações, como a infografia.

A retenção de informações também é um fator decisivo na mobilização em torno de determinado tema. Assim, algumas técnicas, como a criação de macrotags para abrigar mais de uma informação, podem ajudar para fixar e organizar dados na mente do usuário.

De acordo com a formação de massa crítica com base no conteúdo, as ações passam a fazer parte do cotidiano dos usuários, tornando-os parte da plataforma como agentes interativos. (ver gráfico a seguir)



No gráfico as relações de interação entre os que interagem está feita em torno das informações disponíveis. Estas informações dão origem à possibilidades de ação que acabam por se transformarem em mobilização.

1) CASOS

1.1) Blogueiras Feministas (blogueirasfeministas.com): ativismo feminista na rede

O blog das blogueiras feministas começou em 2010 com a proposta de debater temas que já eram discutidos em outras listas (<http://groups.google.com/group/blogueirasfeministas>), ou em conversas paralelas por emails. Da página de informações sobre o projeto:

“Escrever posts, apontar manifestações do machismo na sociedade, twittar, fazer videos, publicar fotos, organizar manifestações nas ruas e na rede, entre outras formas de espalhar essa idéia de que ainda tem muita coisa pra mudar nas relações entre homens e mulheres. Por outro lado, tem a ver com uma reflexão constante sobre a nossa própria vida, sobre como a gente pode enfrentar as nossas contradições, como a gente constrói as nossas relações com mais autonomia e liberdade.”

A motivação da mobilização é a troca de informações, nesse caso. As feministas precisavam de algo que as representasse e agregasse informações para debate posterior, no intuito de influenciar em decisões políticas de parlamentares e formular proposições para leis,

métodos ou qualquer tipo de regulamentação/regulação que pudesse garantir os direitos das mulheres.

O blog começou com pouco mais de 20 autoras em 2010 e em 2011 teve crescimento vertiginoso. Hoje são quase 300 participantes dos debates que blogam, comentam, sugerem e ainda se comunicam pela lista das blogueiras feministas. Existe um calendário informal - feito no GoogleDocs e gerenciado por três blogueiras, que são as que mais postam, compartilham e divulgam o projeto-, que serve para agendar os posts. A interação entre os participantes e o público se dá com base no blog, que recebe comentários diferentes nas diferentes redes: facebook, twitter e o próprio blog, em uma dinâmica descentralizada.

1.2) O Observador Político

A plataforma, que se autodefine como “uma plataforma colaborativa para promover o debate político na Internet.”, é construída sobre o conteúdo de blogueiros convidados que comentam temas da política nacional. Como o Blogueiras Feministas, a plataforma se apóia na atividade de formadores de opinião, através de texto, para atrair comentários e outros colaboradores, que podem também criar notas e interagir direto com os blogueiros. As redes sociais também são povoadas pelo Observador Político, tanto nos perfis dos usuários quanto nos perfis do próprio projeto (twitter e facebook) que funcionam como canais de difusão e coleta de mais conteúdo e interações.



2. PROPOSIÇÕES

- Publicação intensa de conteúdos
- Publicação de novos meios e mídias para informar e formar opinião (infografia, visualizações de dados, fotografias multimídia, apresentações etc)
- Conteúdo em licença livre para que seja aproveitado e reapresentado em outras mídias (inclusive comerciais)
- Cobertura de eventos ao vivo na plataforma, preferencialmente se tornando uma fonte confiável de notícias, com a ajuda de outras redes, como o CONJUVE, por exemplo
- Convidar pessoas influentes para construir conteúdo para a plataforma, como parceiros
- Replicar o conteúdo do participatório em outras plataformas (blogs de usuários, revistas eletrônicas, jornais, etc)
- Realizar rodadas de publicações oficiais (com ISBN) – como por exemplo livros, compêndios etc – com o conteúdo do Participatório, com o objetivo de valorizar os debatedores e difundir também os conteúdos em plataforma não-virtual.

3. RECOMENDAÇÕES

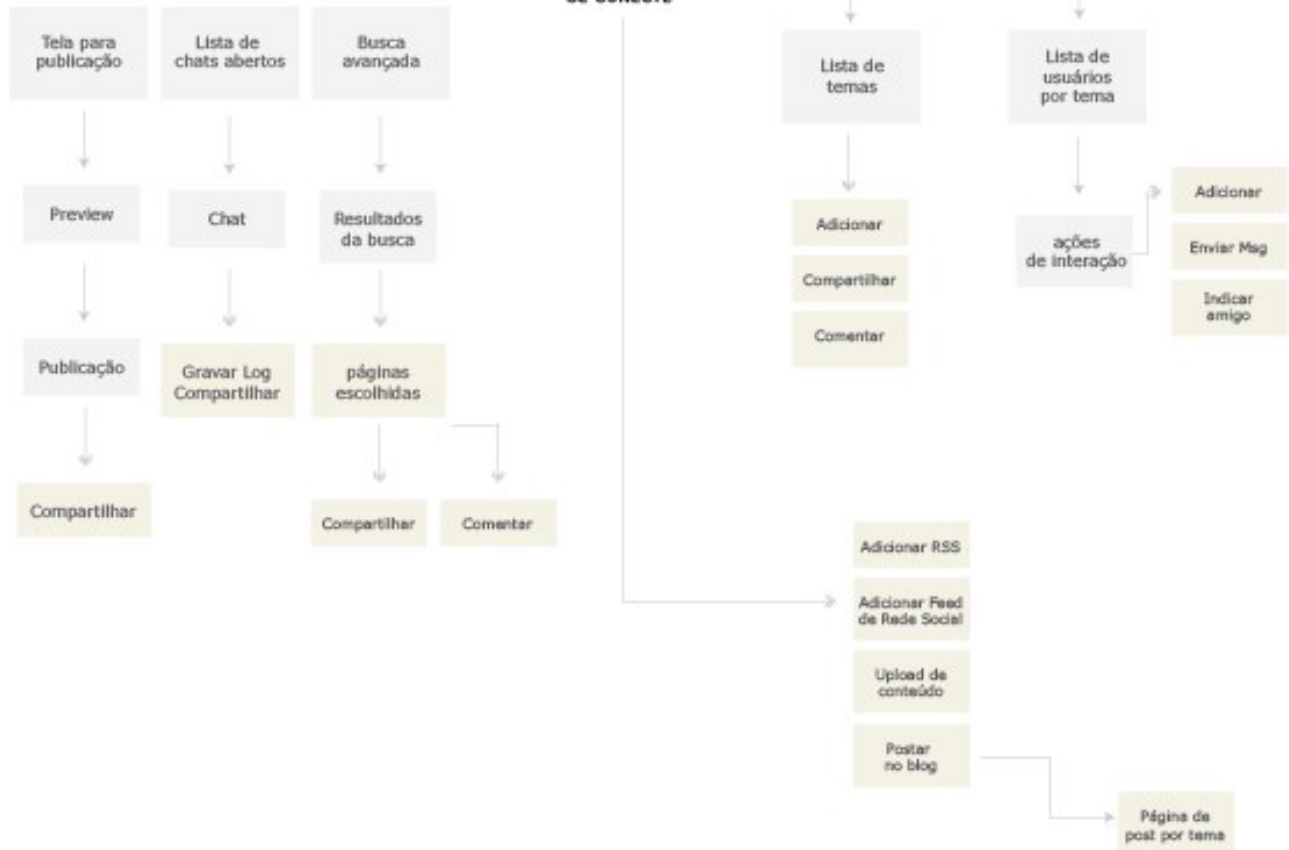
- Realizar conferências pré-agendadas e anunciadas na própria plataforma, para discutir os temas e conteúdos compartilhados na mesma;

Segue proposta de organograma e fluxo de interações na plataforma do participatório.

PARTICIPATÓRIO

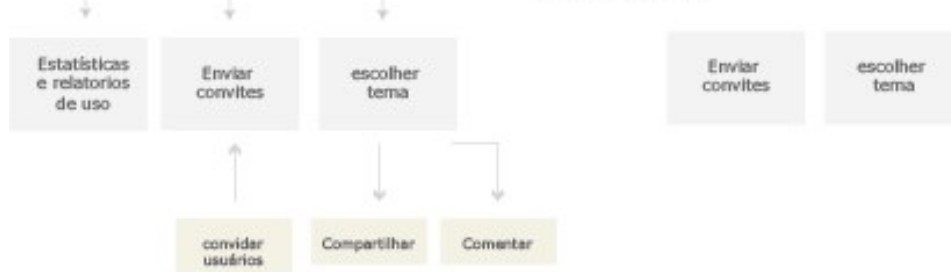
HOME

PUBLICAR
CHAT
PROCURAR
PESSOAS
TEMAS
SE CONECTE



GERENCIAL

RELATORIOS
GERENCIAR USUÁRIOS
ABRIR CHAT
ENVIAR MENSAGEM



LEGENDA

