

Reflexões sobre aplicativos colaborativos e as competências necessárias para seu uso crítico: um olhar para o Colab e o Poder do Voto¹

Cândice da Silva Quincoses

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP

Renata Calonego

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP

Resumo

O artigo tem como objetivo investigar questões relacionadas à competência digital, informacional e midiática e propor um olhar crítico acerca de aplicativos colaborativos na internet. O método utilizado foi levantamento bibliográfico e estudo de casos descritivos dos aplicativos Colab e Poder do Voto, plataformas que contribuem para facilitar o acesso a temáticas de interesse da sociedade. Além disso, a partir de uma abordagem qualitativa e um levantamento exploratório, realizou-se uma análise de conteúdo dos comentários presentes nos sistemas *iOS* e *Android* de cada um dos aplicativos. Observa-se que, por se tratar de plataformas colaborativas, faz-se imprescindível o desenvolvimento de tais competências, a fim de que os usuários saibam lidar de forma consciente e crítica com as informações disponíveis e, com isso, consigam exercer a cidadania conforme proposto por tais ferramentas.

Palavras-chave: midiática; competência digital; competência informacional; competência midiática; aplicativos colaborativos.

Introdução

As mudanças na comunicação provocadas por diversos fatores, desde tecnológicos a políticos, alteraram a forma de propagar as informações e aceleraram o processo de circulação de conteúdo para os públicos. Diante disso, o excesso, a saturação e a volatilidade das informações exigem uma maior capacidade para lidar de forma consciente e crítica com os diferentes recursos e discursos propagados pelas mídias disponíveis (plataformas digitais, aplicativos, entre outros).

Nesse cenário, surgiu a indagação de como certificar que as distintas potencialidades originadas pelas tecnologias possam ser utilizadas de maneira consciente, colaborativa e assegurar a confiabilidade e credibilidade das informações disponíveis em aplicativos colaborativos voltados para temáticas sociais.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 6 (GT 6) Comunicação digital, inovação e tecnologias, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

Para tanto, serão mostradas as mudanças ocasionadas pela midiaticização das organizações no que tange às relações; uma abordagem sobre a *literacia* digital, informacional e midiática, e sua importância para desenvolver competências, assim como um pensamento crítico em relação às informações que circulam em aplicativos colaborativos.

À luz dessas questões, observa-se que com organizações midiaticizadas surgem novos formatos de negócio que convergem e conectam pessoas por meio da tecnologia, proporcionando outros formatos de relações, principalmente no que se refere a produtos e serviços de interesse coletivo. Diante disso, surgiu o questionamento: aplicativos colaborativos são realmente eficazes em seus propósitos sem o desenvolvimento de competências digital, informacional e midiática?

Como método de pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico e estudo de casos descritivo dos aplicativos Colab e Poder do Voto, plataformas colaborativas que contribuem para facilitar o acesso a temas de interesse da sociedade. Além disso, realizou-se uma análise de conteúdo com abordagem qualitativa e levantamento exploratório dos comentários presentes nos sistemas *iOS* e *Android* que cada uma dos respectivos aplicativos.

O cenário midiaticizado e a internet

As mudanças proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico apresentam inferências na sociedade como um todo, alterando a forma de se relacionar, trabalhar e se comunicar. Este impacto, inclusive no dinamismo das próprias organizações, seja do primeiro, segundo ou terceiro setor, e em suas comunicações.

Concomitantemente, a mídia assume um protagonismo na vida das pessoas, culminando em uma cultura midiaticizada, que, segundo Sodré (2001, p. 21), significa “tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação”.

A midiaticização proporciona alterações em inúmeros âmbitos e pode contribuir para distintas práticas de negócios, bem como outras formas de interação e da vida em sociedade. As tecnologias midiáticas surgiram para mediar às relações, impactando diretamente nas relações estabelecidas entre públicos e organizações. Nesse sentido, aumentaram os espaços de interação, troca, diálogo, e compartilhamento de ideias, fazendo com que as conexões definidas sejam baseadas na colaboração, participação e confiança.

De acordo com Srour (2003, p.61), as tecnologias proporcionam um cenário em que os públicos:

- Transformam-se em cidadãos ativos e resgatam sua capacidade de negociar;
- Criam associações e usam a mídia e as demais entidades da sociedade civil para fazer ecoar e valer suas demandas;
- Recorrem aos serviços públicos de defesa dos consumidores e sensibilizam os parlamentares através de variadas formas de pressão;
- Pesquisam e questionam os preços dos bens e serviços e habilitam-se a influenciar as decisões sobre investimentos.

Com as possibilidades da internet, o poder do indivíduo foi ampliado, pois é ele quem, em certa medida, escolhe o conteúdo, interfere na mensagem e tem o comando da informação. Além disso, os públicos estão potencialmente mais conscientes devido à facilidade de compartilhamento de opiniões, configurando as redes sociais como um espaço de transformação de informações que gera um processo de interação permanente.

“A circulação das informações é transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e recebimento”. (FAUSTO NETO, 2010, p. 11). O autor salienta que essas condições de circulação das informações impactaram nos produtores e receptores devido a esse espaço de mediação. O poder de propagação da informação, anteriormente reservado aos grupos de comunicação e organizações, é colocado também à disposição dos públicos, levando a informação a se apresentar como um processo de troca constante, tal como Sodré (2001, p. 16) afirma: “um novo tipo de formalização da vida social, que implica outra dimensão da realidade, portanto formas novas de perceber, pensar e contabilizar o real”.

A internet proporcionou uma pluralidade de ação mais ampla e ativa – novas relações, mais qualidade e intensidade dos espaços de interação – e as organizações, portanto, precisam ser rápidas em suas respostas. O *feedback* instantâneo é um atributo da comunicação digital, e pode contar com vários meios disponíveis, como atendimento *on-line*, fóruns, chats, podcasts, intranet, comunidades e outros.

Como sugere Di Felice (2012, p.160), “A cultura comunicativa que nasce nas redes exprime o advento de um acesso coletivo e, sobretudo, direto, sem mediações, nem censura, que transforma o elemento técnico da interatividade em um valor social, cada vez mais consolidado”. Dessa forma, nas plataformas digitais o cenário muda, desintegrando e destruindo velhos modelos de circulação da mensagem; a descentralização da informação possibilita diversas interações e modifica os fluxos de poder, agora também dado aos públicos.

Castells (2004, p.285-286) corrobora com isso e afirma:

(...) a introdução da informação e das tecnologias de comunicação baseadas no computador, e particularmente a Internet, permite às redes exercer sua flexibilidade e adaptabilidade, e afirmar assim sua natureza revolucionária. Ao mesmo tempo, essas tecnologias permitem a coordenação de tarefas e a administração da complexidade. Isso resulta numa combinação sem precedentes de flexibilidade e desempenho de tarefa, de tomada de decisão coordenada e execução descentralizada, de expressão individualizada e comunicação global, horizontal, que fornece uma forma organizacional superior para a ação humana. (CASTELLS, 2003, p. 8)

O autor acredita que as alternativas de conexões são crescentes na rede e a comunicação horizontal se refere à comunicação que acontece de muitos para muitos. No ambiente midiático grandes organizações perdem a exclusividade de mediar a informação e os públicos também se tornam coautores do texto. Ou seja, em um âmbito em que todos podem potencialmente ser cocriadores e propagadores da informação (texto, vídeos, falas, opiniões), a descentralização de sua emissão se torna uma prática da sociedade atual.

Ao mesmo tempo em que essas mudanças possibilitam uma maior participação dos públicos, elas também trazem riscos para a credibilidade das informações que circulam nas plataformas (*Facebook, Twitter, Whatsapp*, etc), uma vez que facilitam a disseminação de informações falsas e inconsistentes.

Nesta direção Ramonet (2013, p. 10) diz “a democratização da comunicação traz à tona um fator preocupante: web-atores difundindo informações com alcance global – e muitas vezes sem nexos com a autoria”. Para ela, essas mudanças fizeram com que comunicadores precisassem se adaptar a urgência do instantâneo.

É nesse cenário que a temática sobre as literacias no ambiente virtual se destacam, justamente pelo fato das informações, que impactam em inúmeras decisões e escolhas, tanto sociais quanto individuais, são mediadas pelas tecnologias. Dessa forma, busca-se entender a importância de capacitar as pessoas para o uso das informações disponíveis nas redes por meio da literacia digital, midiática e informacional.

Entendendo as literacias digital, midiática e informacional

Os estudos sobre literacia digital surgem em um contexto onde se entende que, além de garantir o direito à informação, faz-se imprescindível educar os indivíduos para o uso crítico dos espaços virtuais que surgiram com o advento da internet, como as redes sociais.

Por essa razão, a alfabetização no âmbito digital se aproxima à uma educação em prol da cidadania, pois não se restringe somente a aspectos técnicos (ANDRELO, 2016). Ou seja, a literacia digital abrange conhecimentos associados à perspectiva emocional, sociológica e

motora, uma vez que compreende o ensino de um olhar crítico sobre a linguagem multimidiática e suas adaptações ao ambiente online (ESHET-ALKALAI, AMICHAI-HAMBURGER, 2004).

Com isso, no atual cenário complexo e midiático, tem-se que a literacia digital se trata de uma alfabetização multidisciplinar, que deve ocorrer paralelamente ao desenvolvimento de outras competências, como a informacional e a midiática. A Figura 1 a seguir apresenta resumidamente os conceitos e diferenças entre tais competências.

Informacio- nal	Capacidade de tomar consciência da necessidade de informação; de encontrar informação necessária; de avaliar a qualidade das fontes de informação; de utilizar eficazmente a informação em função de um objetivo e de gerar informação de um modo socialmente aceitável.
Digital	Capacidade de mobilizar habilidades emocionais, sociológicas, motoras e cognitivas, para a comunicação em ambiente digital.
Midiática	Capacidade de compreender o papel das mídias e da informação midiática na democracia, fazendo, portanto, o uso crítico e criativo dos meios de comunicação de massa.

Figura 1- Resumo das competências informacional, digital e midiática². Fonte: adaptado de Andrelo (2016, p. 73).

A partir destas definições, tem-se que as competências devem ser desenvolvidas simultaneamente. Isto é, torna-se insuficiente gerar a capacidade em se avaliar e analisar uma informação (literacia informacional), sem ter ao mesmo tempo a capacidade em avaliar o uso crítico das mídias (literacia midiática). Andrelo (2016, p. 47) complementa “ter uma cultura informacional significa conhecer mídia, informática, pesquisa documental, entre outras competências”.

Diante disso e do enquadramento deste trabalho, que tem como recorte a sociedade midiática, cabe destacar alguns apontamentos sobre a literacia midiática. Como mencionado anteriormente, a mídia assume um papel relevante na atual sociedade, seja ao criar representações ou influenciar em tomadas de decisões. A literacia midiática, a partir do desenvolvimento de habilidades, surge para gerar o senso crítico e analítico daqueles que consomem qualquer tipo de mídia.

Esse tipo de alfabetização tem interferências direta na própria dinâmica da democracia. A definição proposta por Bévort e Belloni (2009, p. 1087) sobre mídia-educação³ esclarece essa

² Assim como Andrelo (2016), os termos literacia e competência são utilizados como sinônimos neste trabalho.

³ “A noção de mídia-educação proposta neste documento vai além das anteriores, caracterizando-se como uma “alfabetização” (*literacy*) alargada, com uma abordagem mais integrada do ensino da linguagem e da comunicação e mais ampla, em termos de suportes técnicos, abrangendo todas as mídias modernas” (BÉVORT, BELLONI, 2009, p. 1088)

aproximação, pois se trata de uma formação para a "compreensão crítica das mídias, mas também se reconhece o papel potencial das mídias na promoção da expressão criativa e da participação dos cidadãos, pondo em evidência as potencialidades democráticas dos dispositivos técnicos de mídia".

Assim, considerando que grande parte das informações atualmente permeiam o ambiente digital, tem-se que o uso de um aplicativo em um aparato tecnológico, como o celular, requer competências informacional e digital. Porém, mais do que isso, quando um aplicativo possui como propósito ajudar na prevenção e solução de diversos problemas enfrentados socialmente, surge, então, a imprescindibilidade da competência midiática para que o usuário seja capaz de fazer o uso crítico e criativo dessa mídia.

Portanto, uma tríade relevante se forma no cenário atual: o indivíduo, para tomar consciência da necessidade de informação e para conseguir encontrá-la (competência informacional), precisa ter a capacidade para a comunicação em ambiente digital (competência digital) para, conseqüentemente, compreender o papel das mídias e da informação midiática na democracia (competência midiática). Com isso, forma-se um ciclo de reciprocidade entre as competências, que, no fim, tornam-se primárias para a realização da cidadania.

Logo, entra aqui a discussão de que mais do que oferecer aplicativos de cunho de interesse social, que são muitas vezes projetados pelo Estado, torna-se fundamental a execução do próximo passo: a formação das pessoas para as competências digital, informacional e midiática, a fim de que reconheçam a credibilidade desses aplicativos e, conseqüentemente, sejam capazes de exercerem suas cidadanias.

Ou seja, em uma sociedade onde a mídia possui grande atuação em diversas esferas sociais, onde a informação assume papel central e onde o digital se consolida como um ambiente significativo para a circulação dos dois anteriores, torna-se substancial capacitar as pessoas para que saibam reconhecer a credibilidade desses aplicativos.

Uma reflexão sobre os aplicativos colaborativos de uso social

As plataformas são ambientes de experimentação e inovação e o acesso à saúde, educação, emprego, informação, entre outros, por intermédio de aplicativos, tornou-se um facilitador para uma parte dos cidadãos, pois conecta pessoas a novos modelos de negócios.

Nesse cenário, os aplicativos colaborativos possuem a plataforma interativa em comum, mas, conforme apontado anteriormente, somente a conexão entre e cidadãos e a tecnologia não é suficiente. É de suma importância que os indivíduos tenham competências para manusear essas plataformas. Portanto, capacitar as pessoas para que saibam utilizar, navegar e reconhecer a credibilidade dos aplicativos disponíveis torna-se essencial, uma vez que eles podem ajudar na prevenção e solução dos diversos problemas enfrentados pela sociedade. Por outro lado, essa alta demanda de aplicativos pode colocar em risco aqueles indivíduos desinformados.

À luz dessas questões existe muita desinformação em torno das notícias que circulam sobre as temáticas de interesse público. A partir disso, é necessário ter atenção ao pesquisar sobre aplicativos de utilidade pública e verificar se as informações acerca deles estão disponíveis em um site seguro que apresenta seus objetivos, funcionalidades, desempenho e efetividade da credibilidade dessas informações.

Conforme apontado por Beluzzo (2007, p. 53) “O usuário/receptor passa a ser um conhecedor de como o conhecimento está organizado, como buscar informação, como usá-la de modo inteligente e como proceder ao processo de comunicação do conhecimento gerado”. A partir disso, são necessárias algumas competências para a utilização dos aplicativos e certificação da confiabilidade

Trata-se da capacidade de interação com uma ou mais pessoas, mediadas ou não por artefatos tecnológicos, transmitindo e recebendo informações (competência em informação), em grande parte das vezes oriundas de e geradas em ambiente digital (competência digital) ou vindas do aparato midiático (competência midiática). (ANDRELO, 2016, p. 55)

Nessa perspectiva, antes de instalar qualquer aplicativo, é preciso questionar a intencionalidade dele, assim como ler, checar e interpretar os dados que são apresentados sobre o aplicativo numa matéria. Entender como essas informações estão organizadas permite compreender como parte da realidade foi construída. A partir deste momento, é necessário capacitar as pessoas para que saibam reconhecer a credibilidade desses aplicativos, uma vez que poderiam ajudar na prevenção e solução dos diversos problemas enfrentados pela sociedade.

Destaca-se ainda, que cabe ao governo disponibilizar materiais educativos para capacitar as pessoas, entre eles, manual, informativo ou cartilha digital especializada nos serviços citados que apresente a importância desses aplicativos para a sociedade, funcionalidades e um passo a passo dos aplicativos. Além disso, é importante a promoção de campanhas educativas e mobilizadoras em parceria com os órgãos públicos, elas podem

contribuir para sensibilizar a sociedade sobre a importância da credibilidade dessas plataformas colaborativas, antes da tomada de qualquer decisão.

Sugere-se alguns procedimentos antes de instalar um aplicativo. Primeiramente, deve-se conferir a fonte de informação que divulga o aplicativo, ressalta-se que as publicações em sites de órgãos oficiais do governo são mais confiáveis. O segundo passo é ler a matéria completa sobre o aplicativo, não somente o título. E o terceiro é verificar se a notícia está completa, uma vez que textos incompletos e pouco claros provavelmente não foram escritos por jornalistas. Nesses casos procure mais informações.

Cabe enfatizar que antes dos cidadãos disponibilizarem dados pessoais, muitas vezes solicitados por essas plataformas, devem certificar-se de que a plataforma é segura, evitando que possa prejudicar e colocar a vida deles em risco.

Para ampliar essa discussão sobre o uso social de aplicativos colaborativos na perspectiva das competências digital, informacional e midiática, realizou-se a análise a seguir.

Breve contextualização

Com um maior espaço de manifestação de opiniões através das redes virtuais e, potencialmente, com maior poder de realizar exigências, a sociedade como um todo leva organizações a realizarem mudanças significativas em suas dinâmicas. As empresas passam a dar mais voz aos consumidores, do mesmo modo que o Estado passa a lidar com novas possibilidades de exercício da cidadania por parte da população.

Com isso, começam a nascer iniciativas e ferramentas que buscam estreitar a relação entre Governos e a sociedade, com o intuito de diminuir burocracias e tornar o Estado mais responsivo às demandas dos cidadãos. É nesse cenário que surge o fenômeno GovTech, que, de acordo com o HuffPost⁴ Brasil, trata-se do "uso da tecnologia na criação de soluções para governos e cidadãos [...] *que* contribuem para o desenvolvimento e fortalecimento do próprio setor público"(TAVARES, *online*, 2019).

Um novo setor de negócios, geralmente formados por *startups*, se prolifera. Seu propósito é de intermediar e aprimorar a relação entre setor público e cidadãos e, conseqüentemente, atuar na solução de problemas sociais e impactar na performance do Estado. No entanto, apesar de iniciativas promissoras e extremamente relevantes, inúmeras barreiras e

⁴Link para a reportagem completa do HuffPost Brasil: <https://www.huffpostbrasil.com/entry/inovacao-no-servico-publico_br_5cdacab7e4b0c1f748249d17?guccounter=1>

dificuldades podem ser encontradas neste âmbito, as quais podem explicar o seu (ainda) baixo impacto no poder público.

Entre elas, pontua-se a questão do acesso à internet pelos brasileiros. Em reportagem publicada pelo Portal G⁵1 neste ano, apresenta-se uma pesquisa realizada em 2018 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) em que foi registrado que 45,9 milhões de pessoas no país não tinha acesso à internet, o que significa 25,3% da população com 10 anos ou mais de idade. E o mais interessante é que, entre os motivos para não usar a internet, a maioria dos respondentes (41, 6%) alegaram como principal razão o fato de não saberem usá-la.

Isso significa que, mesmo que a internet chegue à população, pensar em uma realidade digital ainda é algo distante para um país tão extenso e extremamente desigual como o Brasil, com uma educação pública bastante defasada. Para ampliar esse debate e reflexão, levando em consideração a temática das competências digital, informacional e midiático, selecionou-se para análise as entidades Colab e Poder do Voto, conforme apresentado a seguir.

Metodologia e análise do Colab e Poder do Voto

Para a pesquisa, inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico e optou-se por um estudo de caso descritivo que, conforme Yin (1994), apresenta o fenômeno a ser estudado dentro da situação, o que permitiu um olhar mais apurado sobre a problemática levantada. Para isso, foram selecionados dois aplicativos com temáticas de uso social, o Poder do Voto e o Colab, com o intuito de fazer uma reflexão crítica sobre o cumprimento da sua proposta inicial, levando em consideração as competências digital, informacional e midiática. Isto é, até que ponto aplicativos colaborativos são eficazes, plurais e impulsionam o exercício da cidadania e da democracia, sem o desenvolvimento de ações de alfabetização digital, informacional e midiática?

Conforme informações em seu próprio site⁶, o Poder do Voto é uma instituição apartidária e sem fins lucrativos que busca gerar um debate construtivo sobre leis em votações no Congresso Nacional, com a premissa de contribuir para o exercício da cidadania. O aplicativo, que pode ser baixado via sistemas *iOS* e *Android*, faz a mediação entre eleitores e

⁵Link para a reportagem completa no Portal G1: < <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/29/em-2018-quase-46-milhoes-de-brasileiros-ainda-nao-tinham-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml>>

⁶ Link de acesso do site do Poder do Voto: <<http://www.poderdovoto.org/quem-somos/>>

políticos eleitos, restabelecendo suas relações e com o intuito de gerar uma maior clareza na representação política.

Entre suas funcionalidades, o ambiente virtual possibilita: conhecer os posicionamentos de diferentes entidades sobre as leis; votar em leis que estão em discussão, assim como enviar opiniões sobre; seguir políticos; e verificar se o representante em que você votou, está de acordo com o esperado.

Já o Colab, de acordo com seu site⁷, é uma *startup* que surgiu em 2013 que conta com 250.000 cidadãos em sua plataforma. Tem como intuito "aproximar cidadãos de seus governos através de uma ferramenta de tecnologia, disponibilizada em canal virtual (*website* e aplicativo para *smartphones*)." Assim como o Poder do voto, é uma iniciativa pautada no princípio da colaboração e da cidadania, com o lema "a gente acredita na construção de cidades melhores para o cidadão, com o cidadão".

Sua proposta é proporcionar à população o poder de colaborar em temáticas do setor público, a fim de que seja realizado um monitoramento sobre as tomadas de decisões neste setor para torná-lo mais eficiente e responsivo. Portanto, o aplicativo permite que o usuário: colabore com a prefeitura (tirar fotos de problemas na sua cidade e enviar à prefeitura pelo app); participe das decisões (consultas públicas, avaliações) e complete missões (ajudar a prefeitura a identificar focos de dengue, etc.), entre outros.

Diante disso, com o objetivo de ampliar a discussão deste estudo, olhou-se para os comentários presentes nos sistemas *iOS* e *Android*, onde usuários podem comentar e avaliar a performance das ferramentas digitais. Com abordagem qualitativa e levantamento exploratório dos comentários feitos pelos internautas que deram nota inferior a 3 (do total de 5), foi realizada uma análise de conteúdo para verificar as principais reclamações geradas pelo público ao fazer uso destes aplicativos colaborativos. Destaca-se, portanto, que os comentários analisados foram aqueles que faziam críticas aos aplicativos, a fim de encontrar problemáticas que estivessem associadas a competências digital, informacional e midiática. Assim, os comentários podem ser divididos da seguinte forma:

Colab

- *Reclamações sobre o funcionamento em geral do app*: muitos usuários relatam problemas ao utilizar a plataforma, seja por sua lentidão, por dificuldade em

⁷ Link de acesso do site Colab: <<https://www.colab.re/sobre>>.

realizar o cadastro, ou receber atualizações, além de reclamações sobre sua interface e por não ser intuitivo (*bugs* como não conseguir o rolo de câmera para postar a foto);

- *Reclamações sobre ser pouco resolutivo*: os internautas relatam que suas denúncias ou registros não possuem continuidade e/ou devolutivas, transformando a plataforma muito mais em um espaço para desabafo, do que de ação. Protocolos são gerados, mas pouco efetivos, que levam a questionamentos sobre a cobrança da entidade junto dos órgãos públicos;
- *Reclamações por ter se tornado uma rede social para divulgação política*: em menor medida, é relatado que algumas prefeituras se utilizam do espaço para promoção política, não havendo um filtro do aplicativo para impedir isso.

Poder do Voto

- *Reclamações sobre a interface do aplicativo*: a maioria das reclamações da plataforma está na dificuldade da navegação no aplicativo, que oferece poucas possibilidades, como o fato de acompanhar somente um deputado/senador.

A partir deste estudo exploratório, pode-se fazer algumas inferências sobre literacia digital, informacional e midiática, considerando o público que faz uso da internet e utiliza tais aplicativos.

Primeiramente, chama a atenção o fato de que a perspectiva da literacia não deve ser direcionada somente aos internautas que irão consumir tal serviço, mas abrange tanto a dinâmica interna dos Governos, como a dos desenvolvedores da plataforma. Uma prefeitura que não consegue acompanhar e oferecer soluções, ou ao menos devolutivas das reclamações, ou um Deputado que não apresente claramente suas intenções de voto sobre a lei, limitam drasticamente o propósito do serviço proposto pelo aplicativo. Do mesmo modo, os criadores e toda sua equipe, mesmo tendo (presumidamente) as competências digital e informacional, falham ao não atuarem na perspectiva da competência midiática. Isso é significativo a medida em que sem esse olhar crítico e criativo, seu serviço pode virar uma plataforma política, por exemplo.

Por parte dos usuários, percebe-se três questões: a ausência da competência digital pode dificultar em grande medida o uso eficiente do aplicativo e a falta de tutoriais por parte dos criadores pode agravar tal situação; sem as competências informacional e midiática, os usuários podem ser inconscientemente manipulados pelo conteúdo ali presente no aplicativo, ainda que haja o princípio da neutralidade por parte dos desenvolvedores; e, sem nenhuma das três

competências, o acompanhamento que se pressupõe para atingir o propósito de tais aplicativos pode não acontecer.

Posto isso, fica ainda mais uma problemática: a exclusão de parcela da população que não acessa a internet por não saber usá-la e, portanto, não possuem suas vozes representadas em tal espaço. Isto é, até que ponto aplicativos colaborativos são plurais sem que atuem paralelamente em outras esferas que incentivem ações de alfabetização digital, informacional e midiática? Sem um esforço para incluir uma maior pluralidade de vozes, tais aplicativos podem, paradoxalmente, colocar em pauta problemas de uma parte da população que já pode ser de certo modo privilegiada e, com isso, marginalizar ainda mais esferas sociais que já são excluídas.

Considerações finais

No universo investigado ficou evidente que as literacias, ou seja, competências/habilidades individuais são primordiais para avaliar a qualidade das informações, elas possibilitam uma sociedade mais consciente, crítica e vigilante em relação às práticas da mídia e das informações que circulam nas mídias sociais digitais. Em razão disso, identificar a credibilidade e veracidade das informações referentes às plataformas colaborativas é um exercício de cidadania que deve ser praticado permanentemente.

Com o estudo foi identificado que os aplicativos Colab e Poder do Voto são plataformas sólidas na qual tem conquistado espaço na sociedade. No entanto, deve-se sempre tomar cuidado com as informações que circulam sobre plataformas colaborativas, uma vez que, uma informação mal compreendida pode causar diversos transtornos.

Talvez, a maior problemática seja que o uso destes aplicativos, para que seus propósitos sejam cumpridos de forma eficaz, requerem previamente dos usuários o desenvolvimento das competências digital, informacional e midiática. E, em um país em que isso não é trabalhado de forma intensiva pelo Estado, ou, sem uma atuação anterior dessas iniciativas privadas, no sentido de se esforçarem para o desenvolvimento de tais competências, o uso da tecnologia para a transformação social pode ser uma ilusão. A tecnologia pode sim (e deve) trazer tais mudanças, mas, isoladamente, é insuficiente.

Referências

ALKALI, Yoram Eshet; AMICHAH-HAMBURGER, Yair. Experiments in digital literacy. *CyberPsychology & Behavior*, v. 7, n. 4, p. 421-429, 2004.

ANDRELO, Roseane. **As relações públicas e a educação corporativa: uma interface possível.** São Paulo: Editora Unesp Digital, 2016. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/hwgqy/pdf/andrelo-9788568334775.pdf>. Acesso em 18 de jul. 2020

BELLUZZO, R. C. B. **Construção de Mapas: desenvolvendo competências em informação e comunicação.** Bauru: Cá Entre Nós, 2007

BÉVORT, E.; BELLONI, M.L. Mídia-educação, conceitos, história e perspectivas. **Revista Educação e Sociedade.** Campinas, vol. 30, n. 109, p. 1081 - 1102, set./dez. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>. Acesso em 25 de jun. 2020.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In Mattos, Maria Ângela; Junior, Jeder Janotti; Jacks, Nilda. **Mediação & Mídia-tização,** Salvador – Brasília: EDUFBA, Compós 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. **Alceu. Rio de Janeiro,** v. 10, n. 20, p. 55-69, 2010.

FELLICE, M. Di. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social.** São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

FELICE, M. Di. Auréola digital: a crise dos pontos de vista centrais e o fim do direito exclusivo da edição das informações. In: MARCHIORI, M. Oliveira, I. **Redes sociais, comunicação, organizações.** São Caetano do Sul: Difusão, 2012. p.147-166.

KUTNER, M. et al. **The health literacy of America's adults: results from the national assessment of adult literacy (NCES 2006-483),** U.S.Department of Education. Washington (DC): National Center for Education Statistics, 2006.

MIRANDA, S. V. **Identificando competências informacionais.** Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 2, p. 112-122, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v33n2/a12v33n2.pdf>> Acesso em 20 de jul.2020.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação.** São Paulo: Boitempo, 2013, p. 85-102.

STERN, C. M. **La maîtrise de l'information "déconnectée": éduquer à l'information sans recourir aux technologies.** Prague, République Tchèque: Unesco, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2001.

SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial**. A Gestão da Reputação. São Paulo: Campos, 2003.

TAVARES, Luana. Transformação Digital: o futuro já chegou ao setor público. HuffPost Brasil, Opinião. 2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/inovacao-no-servico-publico_br_5cdaccb7e4b0c1f748249d17?guccounter=1. Acesso em 10 de jun. 2020.

VIDALE, Giulia. **Os melhores aplicativos para cuidar da saúde**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/os-melhores-aplicativos-para-cuidar-da-saude/>. Acesso em 7ago de 2019.

YIN, R. K. **Pesquisa Estudo de Caso - Desenho e Métodos** (2 ed.). Porto Alegre: Bookman. 1994