

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS TECNOLÓGICAS
CURSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS BOMBEIRO MILITAR

RODRIGO GOMES BANDEIRA

POTENCIALIZAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS NO CBM/MA

SÃO LUÍS - MA
2019

RODRIGO GOMES BANDEIRA

POTENCIALIZAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS NO CBM/MA

Trabalho de Conclusão de Curso, submetida à coordenação do Curso de Formação de Oficiais CBMMA pela Universidade Estadual do Maranhão, São Luís - MA como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Segurança Pública e do Trabalho.

Orientador: Prof.º Me. Antônio Fernando Lavareda Jacob Junior

SÃO LUÍS - MA

2019

Bandeira, Rodrigo Gomes.

Potencialização do uso das redes sociais no CBMMA / Rodrigo Gomes
Bandeira. – São Luís, 2019.

50 f

Monografia (Graduação) – Curso de Formação de Oficiais Bombeiro
Militar, Universidade Estadual do Maranhão, 2019.

Orientador: Prof. Me. Antônio Fernando Lavareda Jacob Júnior.

RODRIGO GOMES BANDEIRA

POTENCIALIZAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS NO CBM/MA

Trabalho de Conclusão de Curso, submetida à coordenação do curso de Formação de Oficiais CBMMA pela Universidade Estadual do Maranhão, São Luís - MA como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Segurança Pública e do Trabalho.

RODRIGO GOMES BANDEIRA

BANCA EXAMINADORA

Data da aprovação: ____/____/____ Nota: _____

Prof. Me. Antônio Fernando Lavareda Jacob Junior (Orientador)
Mestre em Ciências da Computação
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Me. Pedro Brandão Neto
Mestre em Engenharia de Eletricidade
Universidade Federal do Maranhão

1° Tenente QOCBM Gilzimary de Jesus Sobrinho Privado
Bacharel em Segurança Pública e do Trabalho
Universidade Estadual do Maranhão

Dedico este trabalho a minha família, sempre uma fortaleza na minha vida, aos meus amigos e professores que fizeram parte da minha vida estudantil pelo carinho e afeto, por serem estas personalidades presentes em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a realização deste trabalho a Deus em primeiro lugar, que me fortaleceu durante minha caminhada com saúde, força, coragem e determinação para não desistir frente às dificuldades que se apresentaram ao decorrer desta caminhada, a todos os professores, que fizeram parte desta graduação e cada um que participou do meu conhecimento acadêmico, e mim ajudou preparando-me para exercer uma profissão, ofertando o horizonte superior, aos meus familiares, por todo o suporte, carinho e ajuda que me deram e a todos que de alguma forma participaram desta realização na minha vida, o meu muito obrigado.

“O virtual entrou demais nas águas do real. Não há bombeiro que impeça esse afogamento”.

Jovol

RESUMO

O corpo de bombeiros ao longo do tempo tem se caracterizado como um grande parceiro da sociedade, sendo que na atualidade seu trabalho encontra nas redes sociais uma potencialização para desenvolver suas atividades. Este trabalho irá realizar uma análise bibliográfica buscando compreender o processo histórico do corpo de bombeiros militares no Brasil e a potencialização do uso das redes sociais, que será verificada por meio da análise de sentimento aplicada ao cenário do trabalho desempenhado por esta corporação no Maranhão ao longo do tempo, tendo como problemática saber como as redes sociais contribuíram e podem colaborar com o trabalho do corpo de bombeiros militar no meio social.

Palavras-chave: Bombeiros; redes sociais; análise de sentimento.

ABSTRACT

The fire department over time has been characterized as a great partner of society, and nowadays their work finds in social networks a potentialization to develop their activities. This work will carry out a bibliographical analysis to understand the historical process of the military fire brigade in Brazil and the potentialization of the use of social networks, which will be verified through the analysis of the feeling applied to the work scenario carried out by this corporation in Maranhão along of the time, having as problematic to know how the social networks contributed and can collaborate with the work of the military fire brigade in the social environment.

Keywords: Firemen; social networks; analysis of feelings.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 A HISTÓRIA DO CORPO DE BOMBEIROS	11
2.1 A evolução histórica do corpo de bombeiro e sua comunicação com a sociedade.....	11
2.2 A comunicação no processo histórico do corpo de bombeiros no Brasil.....	14
2.3 O trabalho do corpo de bombeiro no meio social.....	18
3 AS MÍDIAS SOCIAIS AO LONGO DO TEMPO	21
3.1 A evolução das tecnologias no meio social	21
3.2 A utilidade das relações virtuais.....	25
3.3 Processo histórico das redes sociais.....	28
4 O CORPO DE BOMBEIROS MILITARES NO CONTEXTO DAS MÍDIAS SOCIAIS	32
4.1 O corpo de bombeiros no contexto do marketing social.....	32
4.2 A visão do trabalho dos bombeiros nas mídias sociais	34
4.3 A contribuição das redes sociais no CBM.....	35
4.4. Análise de Sentimento aplicado ao cenário Bombeiro Militar.....	38
4.4.1 Metodologia.....	40
4.4.2 Resultados e discussão.....	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
APÊNDICE	49

1 INTRODUÇÃO

O processo histórico que envolve o homem no meio social tem desde a pré-história apresenta o fogo e a água como algo essencial na sobrevivência humana, porém também é possível constatar diversas catástrofes envolvendo esses agentes fundamentais a vida e desenvolvimento na terra. Sendo assim necessitou-se ao longo do tempo desenvolver métodos para controlar e combater eventos anormais com o uso do fogo e da água, além de realizar um processo de comunicação que facilite o trabalho nas situações emergências e nas campanhas preventivas.

O surgimento do corpo de bombeiros para ações em operações de busca, atividades da Defesa Civil, atendimento pré-hospitalar, combate e prevenção de incêndios tem percorrido diversas civilizações no contexto histórico. Sendo que na sociedade brasileira essa instituição vem ganhando cada dia mais credibilidade no meio social com suas ações heroicas que torna uma das corporações militares nacionais mais respeitadas pela sociedade. Sendo que o corpo de bombeiros se apresenta no contexto mundial como uma instituição de bastante credibilidade e aceitabilidade.

O corpo de bombeiros militares tem se aperfeiçoado em suas atribuições ao longo do tempo, sendo hoje uma força auxiliar reserva ao exercito brasileiro e compõe o Sistema Nacional de Segurança Pública nacional onde sua responsabilidade a cada dia cresce junto a sociedade, sendo possível verificar a necessidade de aperfeiçoar cotidianamente a comunicação entre os membros da corporação e da mesma com a sociedade ao longo do tempo.

Neste trabalho busca-se por meio de uma análise bibliográfica compreender o processo histórico do corpo de bombeiros militares no Brasil e à potencialização do uso das redes sociais no trabalho desempenhado por esta corporação no Maranhão ao longo do tempo, tendo como problemática saber como as redes sociais contribuíram e podem colaborar com o trabalho do corpo de bombeiros militar no meio social.

O trabalho de análise referente à potencialização do uso das redes sociais no corpo de bombeiros militares do Maranhão é uma realidade relevante, pois ao longo do tempo nota-se a elevação da necessidade de intervenção desta instituição no cotidiano social e com a crescente utilização das redes sociais no contexto nacional verifica-se que esta pode colaborar com as atividades dos bombeiros militares.

A análise se dará inicialmente buscando compreender o processo histórico de instituição do corpo de bombeiros no meio social brasileiro desde as suas origens até os dias atuais, para assim entender a evolução histórica das redes sociais e então verificar o trabalho do corpo de bombeiros na realidade das redes sociais e sua utilidade para melhoria do atendimento emergencial a sociedade. Para tanto, será feita uma análise de sentimento, mineração de opinião, que irá extrair e analisar opiniões, avaliações de conteúdo de usuários da rede social Twitter sobre as duas principais operações que ocorreram no ano de 2019 (Brumadinho e Moçambique) nas quais houve grande participação do Corpo de Bombeiros.

2 A HISTÓRIA DO CORPO DE BOMBEIROS

2.2 A evolução histórica do corpo de bombeiro e sua comunicação com a sociedade.

Ao longo da História assim como a maioria das coisas criadas pelo ser humano, o trabalho de bombeiro não foi diferente, no caso foi criado por uma grande necessidade que se tinha dessa profissão no contexto social. Um exemplo do fogo que sempre se mostrou como forte ameaça à humanidade, porém antes como esses não tinha um local certo para morar, esses conseguiam fugir dessas ameaças, porém com o passar dos tempos se firmarem em um único local, pois se viu a necessidade de métodos que pudessem contribuir para o combate do fogo principalmente quando esse ameaçava a vida das pessoas ou prédios de patrimônios e suas relíquias.

No contexto de se preocupar com o risco de incêndios, está um fato que já tem uns anos de circulação, sendo bem antiga realidade que está relacionada com a idade da vida social nas variadas culturas. Dentre os vários estudos feitos as pesquisas mostram que existe uma linha com os grandes incêndios que servem de marca de muitos povos no mundo. Esses desastres foram o ponto forte, quando o entendimento da necessidade de um serviço que pudesse assim contribuir para está por conta de erradicar esse problema, foi daí que surgiram as primeiras corporações de bombeiros.

O surgimento dos centros de corpos de bombeiros esta ligado com o surgimento do emprego do fogo pelo homem, pois de acordo com CARE Z. PETERSON, o primeiro centro de combate ao fogo surgiu na Roma antiga, por uma necessidade de segurança encontrada para que se pudesse evitar o maior incêndio que ocorreu no ano de 22 a. C, que atingiu a capital do Império Romano. Uma das medidas tomadas pelo imperador Otávio Augusto em 27 a. C, foi à formação de um grupo de “vigiles”, esses agiam em patrulhas que além de patrulhar a cidade tinha como principal tarefa combater focos de incêndios na cidade. Na historia esse é o primeiro corpo do qual se tem informação, com dedicação voltada à tarefa dos

bombeiros. Esse momento da história da humanidade se tornou um período em que os “vigilantes” enfrentavam várias dificuldades quanto as tentativas de procurar maneiras para o combate do fogo visto que as ferramentas e os métodos daquela época que se viam como insuficientes nesse processo.

No contexto histórico referente ao corpo de bombeiros um dos regulamentos considerado como o mais antigo no combate a incêndios da história, tem como seu lugar de decreto Oxford no Reino Britânico, promulgado no ano de 872, tendo como principal função alertar, ao qual se devia apagar todos os focos de incêndios que estavam ocorrendo naquele lugar. Era estabelecido por Guilherme o conquistador, um toque que alertava toda a Grã-Bretanha, que decretava a erradicação de todos os focos de incêndio e de todas as revoltas.

No período da Idade Média esses incêndios que ocorriam eram considerados danos que não poderiam ser evitados, mas no decorrer do século XVI houve uma expansão dos trabalhos dos artesãos por toda a Europa, no contexto de uma modesta industrialização. A frequência em que se ocorriam esses incêndios cresceu absurdamente e houve a necessidade de combatê-los de uma maneira prática. Períodos à frente no século XVII, as ferramentas que serviam para combater ou tentar combater se resumia a machados, enxadas, baldes entre várias outras.

Um ponto que tem bastante importância e destaque a respeito do assunto, é que no ano de 1666 na Grã-Bretanha, já existia brigadas que protegiam contra os incêndios ocorridos, sem a disposição de informações sobre quem desenvolvia essas organizações na Europa até o grande incêndio que ocorreu em Londres, causando uma área de devastação em quase toda a cidade e por consequência deixando milhares de pessoas desabrigadas. Antes desse ocorrido em Londres não contava com a vigilância e nem de sistemas que promoviam apoio e proteção contra o fogo, porém logo após esse fato foram criadas brigadas particulares que serviriam de proteção para as propriedades de clientes.

Ao longo do tempo com o surgimento das bombas de incêndio no século XVIII, o ponto inicial para que fosse organizada em Paris a criação de uma companhia com 70 guarda-bombas estes uniformizados e remunerados, os quais estavam sujeitos a disciplina militar, de todas essa foi a primeira corporação de que se tem notícia nos tempos mais atuais. Não demorou muito para que todas as cidades do mundo ocidental, contudo as maiores adquirissem muitas pela disposição legal, outras pela iniciativa das companhias de seguro.

O primeiro Departamento Profissional Municipal Contra Incêndios na América do Norte foi fundado no ano de 1679 após um incêndio que devastou quase a cidade de Boston-EUA, que destruiu em torno de 155 edifícios e inúmeros barcos. Uma das medidas encontradas pelo país foi à importação de bombas da Inglaterra onde poderão contar com a ajuda de um comandante e 12 bombeiros. No ano de 1715 em Boston já tinha a sua disposição 06 companhias contra incêndios que tinha como pratica e método utilizados as chamadas bombas d'água.

As comunidades de Massachusetts durante aquele mesmo período se reorganizavam com seus sistemas para que pudessem conseguir enfrentar o fogo, dentre essas as exigências de que cada casa da comunidade deveria ter disponível 5 baldes ou latas. Quando acontecia algum incêndio as pessoas das comunidades eram avisadas através dos sinos da igreja, assim os moradores se organizavam em fila para que passassem os baldes para combater o incêndio, para os moradores que não participassem desse comando de ajuda, o comandante dos bombeiros multava todos esses com a multa que estava em torno de 10 dólares.

O despreparo e falta de organização dos bombeiros voluntários, incluindo também a resistência que os mesmos tinham com a tecnologia que estava surgindo na época, como a criação de maquinas a vapor a criação de bombas com motores que funcionavam a vapor, foi criado à organização dos departamentos profissionais contra incêndio, contudo teve ativação em 1 de abril de 1853, em Cincinnati, o serviço de bombeiros com bombas a vapor em automóveis que eram tracionados por animais.

Ao passar dos anos muitas cidades viram esse método de substituição dos bombeiros voluntários por profissionais que tinham como pratica a utilização de bombas, uma dessas, Nova Iorque, aonde em 1888 surgiu à primeira escola de bombeiro de Boston, e em seguida em 1914, a de Nova Iorque, com um foco em transformar o quadro profissional dessas cidades.

O período descrito como primeira e segunda guerras mundiais, ficou marcado para aqueles que trabalhavam como bombeiros, porém esses encontravam-se estruturados e atuavam em sistemas de dois turnos, por conta da constante necessidade que era evidenciada naquele momento, seus trabalhos se estendiam por vários dias com o intuito de atender todas as demandas que se tinha por conta dos inúmeros bombardeios que a guerra trazia consigo, a jornada de trabalho desses eram de 24 horas, isso era propicio a que essa pratica torna-se algo comum,

pois esses trabalhavam mais e com mais precisão do que as outras demais profissões que atuavam naquele mesmo ambiente, o que consolidou esta situação.

2.2 A comunicação no processo histórico do corpo de bombeiros no Brasil

A corporação de bombeiros foi estruturada por Estácio de Sá, no ano de 1565, o Rio de Janeiro e cresceu rapidamente atingindo um contexto de importância no cenário nacional vivido no momento. Por questões referentes à guerra o Corsário Francês Jean François Duclerc, no mês de agosto de 1710, esse causou um atentado que destruiu completamente toda a alfândega do Rio de Janeiro, o que provocou um grande incêndio. Já no ano de 1732 por uma causa fora dos conhecimentos ocorreu um grande incêndio que teve como locais atingidos o mosteiro de São Bento que se localiza próximo a atual Praça Mauá, que acabará de passar por uma espécie de reconstrução. A comunicação entre a comunidade e esta estrutura não se apresentava com tanto rapidez o que causava danos mais complexos para a sociedade.

Os primeiros incêndios no Rio de Janeiro colonial foram motivados por operações de guerra, nas lutas pela conquista dos territórios entre portugueses, franceses e holandeses durante o período dos descobrimentos e a consolidação dos impérios econômicos. (MATTOS, 2006, p. 12).

Uma das grandes dificuldades que se via quando acontecia algum incêndio era para onde fugir, visto que as ruas das cidades não eram iluminadas e isso gerava mais acidentes do que o próprio fogo em si. Foi a partir desse exposto que o Vice-Rei Luís Vasconcelos em 1788, em um ofício datado de 12 de julho, decretou que todos os indivíduos que habitavam naquela cidade deveriam iluminar a frente de suas casas, assim isso tornaria um fato que diminuiria os atropelamentos, sendo uma prática em decorrência da dificuldade de comunicação para orientar o cenário de emergência da sociedade, portanto utilizavam-se medidas paliativas, sendo que cada empresa tomava suas próprias providências.

Repartições, como a de obras públicas, adquiriram alguns baldes de lona, cordas e escadas e os mantinham prontos para uso imediato, em caso de surgir algum incêndio. Além disso, escalavam dentre os funcionários mais rápidos e corajosos os que deveriam largar seus afazeres e correr para o

incêndio que surgisse, levando o material destinado àquele trabalho. (MATTOS, 2006, p. 179).

No contexto histórico outro grande incêndio que ocorreu no ano de 1789 foi o responsável por destruir completamente todo o Recolhimento de Nossa Senhora do Porto, gerando um grave impacto não apenas na população mais em autoridades. No momento os trabalhadores de extinção estavam a trabalho do Arsenal da Marinha. Com isso contribuíam para impedir o incêndio às milícias, aguadeiros e os voluntários que combatiam todas as chamas com a ajuda das ferramentas disponíveis, o que gerava uma maior dificuldade de execução do trabalho, as ruas estreitas e irregulares, construções com fardo de madeira. Quando esses acontecimentos atingiam os horários noturnos o número de pessoas que eram vitimadas subia absurdamente, um dos fatos de as pessoas não terem como fugir além das ruas estreitas a falta de iluminação também era fator forte para isso, sendo evidente que além da falta de estrutura que dificultava os trabalhos evitando morte está também a ausência de uma comunicação eficiente para que essas situações históricas fossem solucionadas com o mínimo possível de danos as pessoas no contexto social.

Uma das criações que tinham como intuito dar extinção os incêndios da cidade foi à criação em 1763 do Arsenal da Marinha, pelo Conde da Cunha, essa foi levada em consideração com as experiências que os homens que viviam em alto-mar realizavam para apagar os incêndios em suas embarcações. Ponto esse que faz parte de um comando que tentava organizar os sistemas de extinção dos incêndios. Uma exigência do Alvará Régio de 12 de agosto de 1797, no título XII, determinava que o Arsenal da Marinha passasse a ser um órgão público que teria como sua responsabilidade a extinção de todos os incêndios, por esses marinheiros já terem uma maior experiência nesse combate em suas embarcações, visto que os mesmos dispunham de todos os equipamentos e ferramentas necessárias e com treinamentos, sendo realizadas medidas com objetivo de combater os incêndios, porém não havia ações de orientações para evitar os incêndios e comunica-se com a sociedade de forma eficiente no momento das ações de combate as chamas em determinadas situações bem como instruções para deixarem os locais que necessitam de intervenções do corpo de bombeiros.

Esse foi o período que se consolidou como o início de processo de extinção de incêndio por órgão público na cidade do Rio de Janeiro no ano de 1797. Com o

passar dos tempos em 1808 foi criado o cargo de inspetor do arsenal onde esse deveria seguir guiando pessoalmente a extinção de incêndios nas cidades, para que isso ocorresse de maneira correta esses levavam consigo bombas, marujos, escravos e água, porém outros incêndios seguiram.

Em 12 de agosto de 1797, o Alvará Régio determinava que o Arsenal de Marinha passasse a ser o órgão responsável pela extinção de incêndio. Essa escolha deu-se em razão da experiência que os marinheiros possuíam nos incêndios em embarcações, existindo, portanto, homens treinados e equipamentos de extinção. (MATTOS, 2006, p. 13).

Os recursos que eram disponíveis a população para que esses enfrentassem o fogo era bem restrito e difícil, o que fazia com que os incêndios acelerassem rapidamente por conta do número alto de construções feitas de madeira. Os avisos para a população de que estava ocorrendo algum incêndio era dado por sinos de igrejas. Esses faziam longas filas até chegar a um chafariz jugado mais próximo, assim esses transportavam os baldes de água de mão em mão, com o intuito de salvar as pessoas que estavam nos andares de cima das casas antes que esses pulassem, eram improvisadas escadas de madeira para que se conseguisse evitar esse problema.

O inspetor do Arsenal da Marinha das Cortes Joaquim José Inácio fez em julho de 1856 a exposição de motivos, esse está contido no ofício de 26 de março de 1851, por mais que já tivesse se passado cinco anos esses foram os primeiros pontos positivos. Os fatos que eram trágicos naquele documento foi fator essencial para que o Ministério da Justiça elaborasse o Decreto Imperial n. 1.1775, teve a assinatura do imperador Dom Pedro II, e foi promulgado em 2 de julho de 1856, esse decreto reuniu em uma única administração as diversas seções que até aquele período tinha para o serviço de extinção de incêndio nos Arsenais da Marinha e Guerra, Repartição de Obras Públicas e Casas de Correção, com isso foi organizado e criado o Corpo Provisório de Bombeiros da Corte sobre jurisdição do Ministério da Justiça, esse teve como seu primeiro comandante um oficial Superior do Corpo de Engenharia do Exército, o Major João Batista de Castro Moraes Antas, que foi nomeado ao cargo em 26 de julho de 1856. A importância do uniforme era tanta que o primeiro foi criação da esposa de Dom Pedro II, a Princesa Tereza Cristina de Maria de Bourbon.

O Corpo Provisório de Bombeiros da corte só se tornou definitivo somente após o decreto de n. 2.587 , de 30 de abril de 1860, o que fez sua subordinação a jurisdição do Ministério da Fazenda que nesse mesmo ano passava por sua criação. Tendo como seu primeiro titular e organizador o Almirante Joaquim José Inácio. O bom senso, pertinência e tino administrativo do Visconde de Inhaúma o grande incentivador do pleito que fora criado o Corpo de Bombeiro do Distrito Federal.

São definidos os principais acontecimentos da corporação do Rio de Janeiro por ano, sendo em 1865 ficou marcado por ser o ano em que o Corpo de Bombeiros recebeu a primeira bomba a vapor que estava destinada a fogos a beira-mar essas poderiam ser embarcadas para que se ocorresse algum incêndio em alto-mar, em outubro de 1870 oi adotado o uso da corneta militar para dar sinais ao corpo de bombeiros vindo como substituição à ferramenta do apito que estava em uso dando inicio ao mesmo tempo a tração de viaturas por muares; no dia 20 de maio de 1872 foi recebida a segunda bomba a vapor, tendo como sua entregadora a inspetora de Obras Publicas; Já no ano de 1875, a corporação já detinha de duas bombas a vapor a 16 manuais, destas 6 eram consideradas de grande porte o que contava com mais ou menos 16 a 20 homens para move-la, e as outras 10 pequenas que no mínimo 6 homens conseguiam move-la.

O primeiro aparelho telefônico do Rio Janeiro foi instalado no ano de 1877, que interligava a loja o Grande Magico, do proprietário Antônio Ribeiro Chaves que dispunha de novidades mecânicas e elétricas, ao quartel do Corpo de Bombeiros. Nesse mesmo período foi realizada uma experiência com uma das 24 caixas que avisavam os focos de incêndio, essas estavam sendo construídas na Repartição Central dos Telégrafos, para que fossem assentadas dentro do perímetro da cidade permitindo uma comunicação entre os bombeiros e a comunidade.

Após 19 dias da publicação do Regulamento do Corpo de Bombeiros no ano de 1879, que já mencionava as instalações dessas caixas, houve a inauguração do primeiro circuito, com 12 aparelhos colocados em pontos convenientes, no centro comercial da cidade. Nesse mesmo ano a Repartição dos telégrafos organizou uma linha telefônica que avisava algum foco de incêndio, e esta estava ligada a estação do corpo de bombeiro nos postos 1, 2 e 3 e as estações policiais.

O quartel do Comando Geral do Corpo de Bombeiros teve sua inauguração em 23 de maio de 1908, essa foi uma obra projetada e elaborada pelo Marechal Engenheiro Francisco Marcelino de Souza Aguiar, o ex-comandante da corporação.

A presença de desenvolvimento nas estruturas físicas é visível ao longo do tempo, porém o investimento em atividades de comunicação é pacato.

2.3 O trabalho do corpo de bombeiro no meio social

A segurança da sociedade principalmente nos grandes centros urbanos depende bastante do trabalho desempenhado pelo corpo de bombeiros militares que devem está atento e em constante orientação e fiscalização para garantir que as pessoas tenham segurança no seu cotidiano em ir trabalhar, estudar, participar de eventos esportivos, eventos musicais e entre outros de forma que estes locais possam oferecer segurança contra incêndios, sendo essenciais que todos os fatores de riscos sejam adequados as orientações dos bombeiros.

Conforme estudos de (MARTINS, 2001) destaca-se que 35% da segurança e proteção das pessoas nas cidades estão direcionadas ao trabalho desempenhado pelo corpo de bombeiros conforme estabelecido por órgãos internacionais, sendo que o sistema de abastecimento, leis de prevenção, educação e os meios de comunicações são responsáveis pelos 65% da segurança necessária para população, portanto a comunicação através das redes sociais pode melhorar o contexto do atendimento ofertado pelo corpo de bombeiros militares.

De acordo com estudos de Guerra Filho (1997) a urbanização tem crescido de forma muito rápida, sendo, portanto, um fator preocupante para sociedade contemporânea, pois parte das pessoas que estão chegando às cidades estão em situações de risco e a comunicação entre essas famílias e os órgãos públicos é deficitária, sendo que o trabalho do corpo de bombeiro deve ser autônomo para implantar políticas públicas de prevenção à catástrofe.

A Constituição Federal de 1988 no artigo 144, parágrafo quinto destaca que o corpo de bombeiros militar deve cumprir suas atribuições determinadas em lei e responsabiliza-se das atividades de defesa civil, sendo, portanto necessário nascer políticas que se utilize do trabalho grandioso dos bombeiros de forma a melhorar a vidas das pessoas pela prevenção de incidentes na área de competência desta instituição.

O Brasil é considerado um país tropical com seus 26 estados mais um distrito federal que necessita preocupa-se com uma grande operação para desempenhar o

trabalho majestoso dos bombeiros junto às redes sociais que hoje se apresenta como o meio de comunicação mais eficiente pela sua rapidez e versatilidade.

Na visão de (MARTINS, 2001) o trabalho desempenhado pelo corpo de bombeiros em sua essência não é condizente com a realidade vivenciada pela polícia militar, sendo que conforme a constituição as atividades apresentadas atualmente em termo técnicos e em relação à missão desta corporação torna-se necessário maior autonomia para alcançar os padrões de eficiência nos seus princípios constitucionais e favorecer a comunicação exitosa com a sociedade.

Os trabalhos desempenhados pelo corpo de bombeiros quando de forma autônoma assumem características de uma instituição presente no poder executivo com os princípios de impessoalidade, moralidade, legalidade e publicidade que compete ao órgão de acordo com sua esfera de atuação no poder público.

Segundo (FILHO, 1997) o direito administrativo passa a ser o regimento do corpo de bombeiro quando este consegue trabalhar de forma autônoma para gozar de seus direitos jurídicos e administrativos com liberdade para direcionar ações de ordem pública para garantir a tranquilidade e segurança da sociedade brasileira.

A sociedade está numa realidade onde o universo da organização pública está integrado na segurança pública nacional, sendo que as leis penais e demais códigos tutelam esse contexto onde sobrevive a luta pela ordem pública. Conforme FILHO, 1997 “as atividades dos Corpos de Bombeiros Militares se enquadram no conceito de tranquilidade pública”.

De acordo com a colocação de Chagas Martins (2001) a força pública do corpo de bombeiros como organização permanente que regula e organiza-se conforme a disciplina e hierarquia militar tendo como objetivo em termos conceituais realizar ações preventivas e executar em casos de incêndios o combate, além de trabalhar com atendimentos pré-hospitalares, em situações de calamidade, atividades de busca e salvamento, desenvolver operações junto à defesa civil e auxiliar o exercito brasileiro quando assim for necessário.

Os profissionais do corpo de bombeiros convivem com uma realidade onde seu trabalho precisa ser bastante eficiente e os métodos de comunicação de forma geral ainda deixam a desejar, mesmo diante de uma sociedade globalizada a forma como se realiza os procedimentos e a quantidade de equipe em relação ao numero populacional torna muitas vezes o trabalho de emergência um pouco lento, contudo sabe-se que tem evoluído bastante ao longo do tempo, pois conforme se verifica nas

mais diversas situações o corpo de bombeiros militar tem disposição para enfrentar as mais variadas realidades, mais temos uma deficiência na comunicação que precisa ser trabalhada a fim de construir metodologias cada vez mais eficientes.

A atuação dos profissionais do corpo de bombeiro militar enfrenta uma dura realidade onde os brasileiros vivem querendo burlar a lei em termos de investimento em segurança nos mais variados espaços, sendo assim temos um contexto onde a incidência de acidentes torna-se mais constante e a demanda em algumas realidades são acima do material disponível, portanto a comunicação no sentido de orientar e conscientizar a população em termos de segurança ainda precisa melhorar bastante e seria viável investir no trabalho de colaboração por meio das redes sociais.

3 AS MÍDIAS SOCIAIS AO LONGO DO TEMPO

3.1 A evolução das tecnologias no meio social

O cientista e acadêmico belga Paul Marie Ghislain Otlet considerado como o primeiro a tratar assuntos a respeito da gestão de informações, por volta dos anos 1934 fundamentados em documentos, sendo que durante este período esse autor já mencionava a criação de uma tecnologia que iria fazer uma combinação com todas as mídias do período- rádio cinema e microfone, o que daria uma possibilidade de todos conseguirem ler o texto, de maneira mais singularizada, algo que se refletia em uma tela mais individualizada, contudo isso se resumiria no caminho em que percorreria a documentação e a memória: tudo que fosse produzido seja pelo universo ou pelo homem passaram por um processo de registro a distância. Em 1934 este concebe uma ideia que antecipava uma grande rede de conhecimento humano, os quais este tinha por base alguns e seriam de grande utilidade para serviços públicos e privados.

De acordo com Vannevar Bush (1945) passando-se onze anos, em um tempo que os avanços do computador moderno, ainda estavam em seus primeiros sinais, lança-se a publicação de ideias bem semelhantes. Isso se resumia em um dispositivo em que as pessoas poderiam organizar e guardar todos seus materiais como livros, registros e documentação, este podendo também fazer uma consulta com mais agilidade e flexibilidade, para esse dispositivo ele deu o nome de “Memex”. Contudo esse além de prever a forma física desse aparelho, ao qual iria dispor de uma tela translúcida e um teclado, porém Bush fez em seu trabalho à introdução de alguns conceitos como de indexação e de associação de dados, propondo assim uma estrutura que poderia ser navegada através de links, isso facilitaria a vida e assim proporciona uma maior agilidade de encontrar o material desejado.

A esses dois autores previam uma inovação que estaria muito além da criação do computador, os mesmos davam ideias de que surgiria também uma rede de comunicação. Por mais que se pareça uma ferramenta desenvolvida recentemente a internet como a conhecemos teve seu conceito definido por volta dos anos de 1962, esse na forma de memorandos, por J.C.R. Licklider, do MIT.

Esse discutia um conceito definido como Rede Galáctica sobre isso tinha em mente uma interligação com vários computadores que se conectam uns com os outros por meio de uma Rede Global, na qual todos os arquivos e dados poderiam ser acessados por todos, e em qualquer parte do mundo.

As várias pesquisas realizadas em torno da teoria da comunicação Roberts Merrill foi convencido por Leonard Kleinrock, de que tinha a possibilidade de as informações serem transportadas por meio de pacotes e não de circuitos. A primeira linha de computadores do mundo aconteceu por meio de um experimento realizado por Roberts e Thomas Merril, quando estes conseguiram conectar um computador que se encontrava em Massachussets com outro que estava na Califórnia, por meio de uma chamada linha discada, isso ocorreu por volta do ano de 1965. Com isso foi possível provar que os computadores poderiam trabalhar em conjunto rodando os programas e possibilitando a recuperação de dados por meio de máquinas remotas, com isso foi observado uma desvantagem que tornava o circuito da telefonia como sendo inadequado para a atuação no trabalho citado, foi por meio deste que se confirmou a teoria mais adequada para esse feito que foi a teoria de transferência de pacotes de Kleinrock.

Em torno daquele período foi lançado um projeto de elite da Defense Advanced Research Projects Agency (Darpa), o Advanced Research Projects Agency (ARPAnet), para esse foram selecionados vários cientistas de diversas áreas, esse nasceu em meio a um período em que os Estados Unidos e União Soviética, conhecido como Guerra Fria, desenvolvido pelo Estados Unidos que também o financiava, levando como seu ponto de referência o pentágono, que tinha como principal tarefa interligar as bases militares e os departamentos de pesquisas do governo americano de forma que garantisse uma maior segurança, sendo uma ferramenta que poderia colaborar com instituições como o corpo de bombeiros no mundo inteiro.

O ARPAnet, só foi liberado pelo governo americano para as universidades e instituições que tinham seus trabalhos voltado para pesquisa, por volta dos anos de 1970. O estimado era que em poucos anos o número de sites online subiria para 100. O crescimento foi tão alto que no final dos anos 70 o protocolo que esse utilizava já não atendia às suas demandas, o que gerou na criação do protocolo TCP/IP5. A ARPAnet no começo dos anos 80 já havia uma integração de computadores muito alta o que serviu para que essa se tornasse uma rede mundial.

Onde uma diversidade de pessoas poderiam se conectar e receberem e trocarem informações das diversas partes do mundo.

A partir da fusão de estudos sobre internet e hipermídia, que nos anos de 1991, foi criada a WWW (World Wide Web), esse é um meio em que são englobados recursos de hipertexto com multimídia, isso possibilita aos usuários uma navegação mais completa por todas as partes de um aplicativo, da maneira que esse achar melhor.

A WWW, nascida em 1991, corresponde à parte da Internet construída a partir de princípios do hipertexto. A Web baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” no mouse (LEÃO, 2001, p. 23).

A média de popularidade da internet foi algo que cresceu rapidamente, na medida em que seu uso foi se tornando aberto, as pessoas. Para entender esse processo de avanço da internet, no ano de 1990, poucas pessoas tinham o acesso à internet, já no ano de 1999 o número de famílias norte-americanas que estavam conectadas já tinha atingido um índice de 38%, sendo que tudo isso em conjunto da aceitação do público, e as conquistas dos produtos de informática cresceram na medida em que os avanços vieram e as tecnologias se multiplicaram, portanto, a utilização desse recurso começou a ser viável no serviço público.

O desenvolvimento com principal intuito de construir um ambiente de internet nacional no ambiente acadêmico, que no ano de 1989, teve início no Brasil a primeira rede, que ocorreu por meio da criação da RNP (Rede Nacional de Pesquisa). A RNP foi uma criação do MCT (ministério da Ciência e Tecnologia), essa criação do MCT se dedicou a diversas tarefas, como distribuir o uso da rede em todo o país, divulgando e conscientizando os serviços que eram disponibilizados pela internet dispõem para que esses sejam utilizados pela rede acadêmica por meio de seminários, feiras e treinamentos, o que fez esse se tornar ponto de destaque em aplicações de tecnologia que se referem a internet do país.

Ao ser orientado pela RNP, no ano de 1995 se deu por realizada a abertura da internet comercial, ao qual diferenciou um pouco o seu papel, atendendo as necessidades e distribuindo os serviços a sociedade. Nesse mesmo ano com intuito de dar um maior suporte para todos os provedores e usuários da internet, com algo em torno de mais de três mil perguntas respondidas já no primeiro ano, que foi

criado no mesmo ano o Centro de Informações Internet/BR. Esse ficou conhecido como o momento em que várias marcas internacionais de computadores conseguiu alavancar, marcas como Compaq, Equitel, IBM e Philips, ao quais essas passaram a ser apoiadoras da RNP, para essa forneciam com equipamentos, softwares e até davam financiamento para a realização dos projetos.

A partir deste fato foi que a internet se tornou um sinal material e visível da globalização e utilizado em diversos locais como facilitadora do trabalho a ser ofertado a população.

No início da Web, em 1995, 44 milhões de pessoas utilizavam a Internet. Em 1998, contava com 142 milhões de usuários. Ao final de 1999, entre mais de 6 bilhões de habitantes, os usuários de Internet somavam 259 milhões, concentrados principalmente nos Estados Unidos com 110,8 milhões, no Japão com 18,2 milhões, no Reino Unido com 14 milhões, no Canadá com 13,3 milhões, na Alemanha com 12,3 milhões; no Brasil com 6,8 milhões; na China com 6,3 milhões; e na Coreia do Sul com 5,7 milhões – todos conhecedores de como se comunicar em ambientes hipermediáticos (GOSCIOLA, 2003, p. 76-77).

Na medida em que ocorreram os fatos o computador se tornou uma ferramenta que todos podiam utilizá-lo, como uma calculadora um processador de símbolos e uma espécie de manipulador de imagem entre vários outros, deixando para traz toda forma de tecnologia isolada que o cercava.

No início da década, o computador ainda era amplamente pensado como uma simulação de uma máquina de escrever, um pincel ou uma régua - em outras palavras, uma ferramenta utilizada para produzir conteúdo cultural que, uma vez criado, será guardado e distribuído em suas mídias apropriadas: página impressa, filme, impressão fotográfica, gravação eletrônica. Ao final da década, como o uso da Internet se tornou lugar comum, a imagem pública do computador não era mais de ferramenta, mas também de uma máquina universal de mídia, utilizada não apenas para autorar, mas também para guardar, distribuir e acessar todo o tipo de mídia (MANOVICH, 2001, p. 80, tradução nossa).

O computador deixou de ser uma ferramenta exclusiva quando a internet foi associada a outras formas de tecnologia: telefone celular, televisão, consoles de videogame, tablets e etc, pois foi com isso que a internet deixou de ser um veículo de informações com restrições para se tornar algo massificado, passando pelo cotidiano de seus usuários por meio do uso que se tornou comum dos seus dispositivos. A comunicação que fora mediada pelo computador e por as outras formas de tecnologias disponíveis tornou-se algo que possibilitou a modificação das formas de organização e mobilizações sociais. A internet já abrigava e si as

expressões culturais, essa passou a tomar posse de um lugar central que envolve todos os aspectos da vida social, tornando as diversas formas de relações sociais em uma realidade mais complexa, podendo ser utilizadas em várias instituições como a corporação de bombeiros militar.

O contexto permitiu que fossem criados e propagados pela comunidade acadêmica e apropriados pela sociedade no seu contexto geral, termos que tinham como principal função acompanhar, denominar e compreender esse processo contínuo de transformações no cenário tecnológico, como “aldeia global”, “comunidades virtuais”, “sociedade em rede”, “cibercultura” e “cultura de convergência”. Esses termos tentam reconhecer e procuram dar um melhor significado a esse processo de mudanças que vem ocorrendo socialmente que é consequência dessa enorme revolução digital.

As pesquisas que viram procuram buscar e discutir alguns desses conceitos, tendo como principal função a construção de uma memória de todo o caminho que a internet e também a sociedade percorrerão até esse período de criação das mídias e redes sociais digitais, as quais estabelecem novas formas de conversação, produção e compartilhamento de conteúdos.

3.2 A utilidade das relações virtuais

As relações entre as pessoas hoje em dia torna-se algo bem mais frequente, ainda mesmo que com o avanço do mundo tecnológico se ver possível encontrar pessoas que se relacionam umas com as outras por um conceito definido como comunidade, porém como fora citado anteriormente o advento da internet a localidade que antes era espacial hoje se tornou virtual. O processo de início da aldeia global se consagrou como sendo o início de evento de desapropriação dos territórios de laços sociais. A área de contato que se manifesta é o ciberespaço, algo criado por computador uma forma de ambiente só que virtual. Nesse ambiente no entendimento de Howard Rheingold (1996), há uma manifestação de diversos assuntos, como riquezas, palavras, relações humanas, dados e o poder que se tem os utilizadores desta comunicação através da tecnologia.

O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos e da coincidência dos tempos. Não chega a ser

uma novidade absoluta, uma vez que o telefone já nos habituou a uma comunicação interativa. Com o correio (ou a escrita em geral), chegamos a ter uma tradição bastante antiga de comunicação recíproca, assíncrona e a distância. Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários (LÉVY, 1999, p. 49).

As comunidades virtuais acontecem com uma reunião de diversas pessoas das mais variadas partes do planeta, as quais se desenvolvem entre si convenções muito ricas intelectuais e emocionais, de uma mesma forma que acontece na vida real. No entendimento de vários estudiosos do assunto comunidade virtuais é como qualquer outra forma de comunidade se forma com um conjunto de pessoas que aderem a certo aspecto e compartilham seus interesses. Dessa maneira o contato que acontece entre esses participantes da comunidade virtual acontece através de uma proximidade intelectual e emocional ao contrário de física e espacial.

De acordo com Rheingold (1998, p. 120-121), ele é defensor de que essas teias de relações pessoais no ciberespaço convêm para dar possibilidade de surgimento e um aumento no quesito de relações virtuais. Segundo esse acontece uma diminuição de eventos de encontros reais nas cidades. Nas comunidades virtuais temos uma possibilidade de conhecer determinada pessoa e decidir se vai querer encontrá-la pessoalmente, pois diferentemente das relações em comunidades tradicionais, ele define comunidade virtuais como:

[...] agregados sociais surgidos na Rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço (RHEINGOLD, 1996, p.18).

O termo comunidades virtuais para Manssour e Bellini (2005), pode ser substituído por Internet-mediated communities (IMCs) isso significa um grupo de pessoas com os mesmos interesses, que utilizam a mesma classe de tecnologia para que possam trocar informações com os outros. Esse processo de conferência por computador pode vir a proporcionar aos grupos de pessoas uma maneira pela qual estes possam vir a exercitar sua inteligência de coletividade. Pelo motivo de o computador se tornar um instrumento bem inovador quando este é utilizado como forma de potencializar a inteligência. Os computadores são ferramentas pelas quais

se podem ter uma maior agilidade na discriminação de intercâmbio e na análise de informações de maneira que nunca tinha sido possível.

A internet é entendida por muitos como o primeiro veículo capaz de disponibilizar ao indivíduo de todos os cantos do mundo a chance de poder se comunicar com sua própria voz a uma audiência de milhares de pessoas algo que torna suas possibilidades técnicas ilimitadas. A internet mudou e não surgiu como sendo algo como meio de produção de muitos para poucos como rádio, jornal e televisão, mas sim como meio de muitos para muitos, o que propício para que o poder se centralizasse e favoreceu a uma circulação de ideias.

Os Vários autores que consideram o uso do termo comunidade não atenderia às demandas da sociabilidade e dos grupos sociais da atualidade, isso se caracterizariam mais como sendo chamados de rede, tomando consciência de o processo de globalização propôs uma mudança mais que esperada na sociabilidade. Na concepção do autor o conceito de comunidade estaria mais relacionado com grupos que têm uma ligação mais forte, sendo uma realidade que foge dos tipos de agrupamentos que temos hoje, porém maiores e com laços bem mais fracos.

As comunidades começaram a mudar de grupos para redes bem antes do advento da Internet. Inicialmente, as pessoas acreditavam que a industrialização e a burocratização acabariam com os grupos comunitários e deixariam os indivíduos alienados, isolados. Então, os teóricos descobriram que as comunidades continuaram, mas com conexões mais esparsas, e com maior dispersão espacial, diferentemente de grupos densos, locais, semelhantes a vilarejos (WELLMAN; BOASE; CHEN *apud* RECUERO, 2009, p. 141).

A esse tipo de estrutura estar mais centrado com as relações individuais e não focado no grupo, caracterizado por muitos como uma espécie de individualismo em rede. Isso pode ser interpretado como algo contrária, visto que se tem falado muito em um conjunto de grupo de pessoas.

A função desenvolvida pelo indivíduo no processo de construção de sua própria rede social é uma realidade, de extrema importância. O processo que existe na rede é a escolha do indivíduo com quem ele irá interagir e com quem esse construirá seus laços, pois isso se classifica mais como um padrão social do individualismo em rede do que um conjunto de indivíduos isolados.

O fato é que os indivíduos constroem suas redes com base naquilo que eles acham interesse em seguir, os que eles têm uma maior afinidade. Por isso que a

rede se classifica como algo que demonstra uma maior importância nos fatores sociais, indivíduos que têm seus próprios interesses, ao qual exerce um papel ativo na formação de suas conexões.

3.3 Processo histórico das redes sociais

A partir do surgimento da internet quando a mesma foi disponibilizada para o público no geral que os serviços que tem por base a socialização de dados e a criação de laços sociais através do mundo online, algo que explica bem essa alta popularidade da mesma. Por volta da década de 70 haveria um lançamento que iria dar aos usuários à possibilidade de esses trocarem arquivos e terem um maior acesso às notícias, esse recebeu o nome de CompuServe. Já no ano de 1978 houve uma criação de dois cientistas de Chicago, o Bulletin Board System (BBS), tinha como sua principal função, alerta de amigos sobre o acontecimento de algumas reuniões, esse também tinha uma ferramenta de fazer anúncios e compartilhar as informações, podendo assim ser considerado pela comunidade como um instrumento rudimentar. Outro acontecimento que proporcionou novas ferramentas aos usuários da internet em 1985 inaugurada a pouco tempo a América Online (AOL), pode dar sua contribuição possibilitando aos usuários novas ferramentas para que esses pudessem criar seus perfis virtuais, os mesmos poderiam se descreverem ou até mesmo criarem suas comunidades para a discussão dos assuntos que esses se interessassem.

No decorrer dos tempos, as empresas do ramo do mundo virtual, deram um maior destaque a uma das características mais importantes da hipermídia: a interação. No ano de 1995 foi criado um tipo de site de rede social que para muitos é um dos quais se parece mais com os modelos que utilizamos nos dias atuais. O chamado Classmates.com proporcionava os seus usuários um encontro com pessoas que não se tinha mais contato como amigos de escolas. Professores e demais pessoas algo que se tornou um sucesso quase instantâneo. Começou a ganhar destaque no ano de 1997 o *blog 7*, ao qual foi disponibilizado para seus usuários pela AOL ferramentas para que esses pudessem fazer trocas instantâneas de mensagem.

No ano de 2001, um número muito grande de empresas do ramo da tecnologia faliram e muitas outras no caso das mais tradicionais recorrem ao

mercado, tudo isso citado por conta da explosão da “bolha pontocom”, com esse acontecimento o teve que haver uma revisão no negócio de vários empreendedores, algo que deu início ao favorecimento para a chamada segunda geração dos serviços e aplicativos da rede, tecnologias e conceitos que permitam uma maior interatividade e colaboração com a utilização do serviço de internet. Para muitos estudiosos essa significou a chamada fase de Web 2.0.

O modelo criado por empresas desse ramo que conseguiram superar esse acontecimento contado anteriormente, foi criado cada vez mais baseado em conceitos como: web, plataforma; controle de dados pelos usuários; arquitetura participativa; flexibilidade de dados; mais ainda das fontes; incentivo a inteligência coletiva. Com tudo pouco se sabia que haveria a criação da Wikipédia, lançada em 2001, a enciclopédia virtual colaborativa, seria consagrada como a melhor representante do modelo desenvolvido após o estouro.

O processo revolucionário onde os usuários que não tinham a capacidade e nem o entendimento formal ou técnico, foram capazes de conseguirem publicar seus interesses na internet e assim conseguirem ter uma maior participação e, contudo, conseguirem organizar mais suas informações, também podendo dar seus comentários e avaliarem os conteúdos. Isso se consagrou como sendo uma mudança na função do usuário online, ao qual deixou de ser apenas telespectador para ser um criador e desenvolvedor de informações. Essa nova revolução que aconteceu deu aos usuários a possibilidade de expor qualquer conteúdo em um único site, exemplo de músicas vídeos, contudo além de novas transformações no design e no processo do funcionamento por parte dos próprios usuários o que tornava as páginas em algo mais pessoas seguindo seus interesses.

O uso da internet sou foi expandido e mais diversificado quando essa foi tornando-se mais fácil de ser programada pelo seu próprio usuário comum. Com isso novos ambientes de expansão foram criados, algo que permitiu uma maior agilidade de produção dos conteúdos multimidiáticos e se popularizaram de uma forma mais ágil. Com esses espaços os usuários expressam suas vontades e interesses e sua individualidade, através da exposição de suas ideias e opiniões como também de seus gostos pessoais. Deixando essa participação como telespectador, algo que era imposto pelas mídias mais tradicionais. A estrutura de rede foi algo que se tornou cada vez mais reconhecida, de forma que vários sites sugeriram fundamentos nas conexões e laços sociais entre os que a utilizam.

O primeiro site a receber o conhecimento como rede social online, chamado de Friendster 8, com lançamento no ano de 2002 para o público, esse bateu um recorde de em apenas três meses ter no mínimo três milhões de usuários. A estrutura desses é algo que se parece um pouco com os famosos sites de relacionamento online, por mais que esse não fosse o objetivo desse serviço, ao qual tinha o intuito de conectar amigos através da criação de perfis pessoais. No entanto os anos se casaram com um ano depois desse fato, houve o lançamento do MySpace 9, esse ganhou uma enorme repercussão e favoritismo nos Estados Unidos, porém nesse mesmo ano foi também criado LinkedIn, ao qual tem uma importância relacionada com a construção e manutenção dos laços sociais profissionais.

Por volta do ano de 2004 foi que se tornou bem popular esse tipo espaço virtual, que estar relacionado com a produção de conteúdo pessoal e tem por base a formação das redes sociais, isso foi possível com o desenvolvimento dos sites como: Orkut, Flickr, Digg e o Facebook, naquele período esses se encontravam restritos aos que fossem membros da faculdade de Harvard. Somente um ano após esses lançamentos foi lançado o Youtube, o Facebook foi um dos primeiros a liberar seu acesso a todos para um público de forma geral isso ocorreu no ano de 2006. Esse mesmo ano se consagrou com a chegada ao mercado virtual do Twitter, esse é uma espécie de plataforma de Micro-bloggin.

No decorrer dos tempos o uso dessas redes com referência ao dia a dia do indivíduo foi algo passou por várias mudanças, para os internautas até o ano de 2011 o site preferido era o Orkut, quando o facebook assume a liderança, esse atingiu o recorde de rede social mais utilizada no país. Nos Estados Unidos esse site que tem como criador o Mark Zuckerberg conseguiu ultrapassar o líder até o momento MySpace esse fato foi bem mais cedo por volta do ano de 2008. Mesmo assim o facebook sendo um site mais popular no ramo das redes sociais, com algo em torno de um bilhão de perfis que cadastrados, não quer dizer que os demais sumiram do mercado no ano de 2012 o Classmates tinha 540 milhões de contas ativas.

Os avanços no mundo tecnológico, fez com que os sites que conseguiram se adaptar às novas formas de tecnologia conseguisse ser favorecidos e estão em atividade até os dias de hoje, isso pode servir como justificativa para o Facebook que sempre se atenta no comportamento de seus usuários para que possa estar

promovendo suas atualizações com foco em não permitir a evasão. Os hábitos dos internautas com relação às publicações de fotografias foi algo que teve uma mudança bem rápida por conta da mobilidade que foi mais favorecida com os serviços da telefonia celular. Exemplo bem claro disso foi o lançamento do Instagram, um aplicativo de rede social que tem como sua principal função o compartilhamento e tratamento digital instantâneo de fotografias que podem ser tiradas do próprio aparelho telefone, esse é dono de recordes em apenas um ano e dez meses que estava em exercício bateu os 80 milhões de usuários, isso foi surpreendente, pois o Facebook e o Twitter precisaram do dobro de tempo para que pudessem atingir essa marca.

O Brasil é mundialmente reconhecido por ser considerado um dos países mais assíduos em questão da utilização das redes sociais, por isso foi bem mais visto no ano de 2012 quando essa categoria conseguiu capturar o tempo que os brasileiros dispunham para se dedicar às redes sociais essa porcentagem foi de 36%, sendo que dessas contagem cerca de 92,8% desse tempo é dedicado ao Facebook onde esse tem no Brasil o seu segundo maior público de usuários, portanto caracteriza-se como uma boa estratégia oferecer a sociedade serviços pelas mídias sociais e o corpo de bombeiros militar do Maranhão poderá por essa estratégias desenvolver uma ação de sucesso conforme discussão bibliográfica apresentam a utilidade deste meio de comunicação na idade contemporânea.

4 O CORPO DE BOMBEIROS MILITARES NO CONTEXTO DAS MÍDIAS SOCIAIS

4.1 O corpo de bombeiros no contexto do marketing social

Ao se trabalhar sobre o tema Marketing social soa aos ouvidos de muitos como sendo um processo fácil, o primeiro entendimento é a realização de propagandas de uma forma direta, porém esse não é o tipo que iremos falar, o que será mencionado tem mais haver com sociedade e ajuda da mesma com a propaganda de prevenção a acidentes numa parceria entre corpo de bombeiros militar do Maranhão e a sociedade, pois esse processo que irá fazer com que sejamos mais capazes de entender o que se trata esse tipo de Marketing que iremos falar é estudar alguns conceitos que alguns autores dão a esse tema.

Na concepção de Vaz (1995) esse diz que se entende como uma modalidade de ação no mercado que tem como foco a ajuda da sociedade por meio da diminuição e escassez dos problemas e das carências da sociedade. Já no entendimento de Fontes (2001), Kotler e Roberto (1992) e Wasek (s.d), se entende como um conjunto de estratégias de utilização de concepções e instrumentos da gestão do Marketing que são aplicados a questões sociais, isso focando na mudança de comportamentos, atitudes e práticas sociais, por meio da adoção desses por um determinado segmento, sendo uma realidade que se observa é que essas mudanças muitas das vezes têm início individual e logo depois se tornam coletivas.

Para muitos o Marketing social é uma nova forma de administração estar relacionada com a criação de um projeto social, e a implementação e controle de programas voltados para o fortalecimento de novas ideias e uma espécie de aceitação que deve ter ao próprio programa que tem referência no social em um ou mais grupo de adotantes que são escolhidos como alvo. Esse deve fazer buscas quanto ao atendimento de segmentos e aceitação do mercado, pesquisas dos consumidores, o desenvolvimento e os testes referentes aos conceitos e produtos, agindo com uma comunicação direta, tornando-se incentivo para as teorias e trocas, isso tornará as respostas dadas pelos adotantes escolhido como um processo mais breve. Assim referimo-nos ao Marketing social como sendo interpretado como uma forma de gestão estratégica que iram contribuir para as mudanças sociais em frente às causas públicas relevâncias buscando tornar e melhorar os direitos do cidadão, a

partir do exercício ético de condutas que estejam adequadas tanto para o próprio como para os outros, portanto a utilização desse contexto pelo corpo de bombeiro contribui para melhoria do serviço oferecido pela corporação.

A real definição de Marketing social se torna algo gerador de conflitos, pelo fato de os autores definirem esses termos de formas diferentes e assim conflitantes, por mais que esses utilizem o termo Marketing social esses tratam suas definições diferentes, exemplo de Fontes (2001) e Pringle e Thompson (2000), onde o primeiro defende o assunto como promovedor de mudanças sociais e o segundo como sendo o provedor da imagem e da responsabilidade social.

No entendimento de grandes autores e estudiosos do assunto mencionam que o fato de a maioria das instituições quando não conseguirem alcançar o lucro desejado, desconsidera essa forma e passam a desconhecer o que significa uma organização com responsabilidade social e a configuração do marketing social é de uma maneira que atenda seu modo de utilização. Enquanto outros dizem que o marketing tem seu processamento baseado nas atividades sistemáticas de organização que são voltados a busca por realizações e trocas para como o seu meio ambiente, a procura de objetivos mais certos.

A verdade que fica muito claro nesse e em outros debates é que sempre haverá conceitos e interpretações diferentes, no entanto o que necessita de ser enfrentado nos dias de hoje é analisarmos se ao invés de abandonar milhões de pessoas que estão em situações precárias, à globalização possa se tornar em algo positivo para benefício de todos os seres humanos da terra. O esperado também é uma espécie de união que possa contribuir para a inclusão que deve ser assentada na dinâmica do mercado, cabendo com os promovedores desse método entender que esse não se consagra como algo suficiente, é necessário aprofundarmos o caminho e irmos mais longe para que assim seja garantido um futuro promissor para a humanidade.

No contexto para que o entendimento do que seja o conceito de responsabilidade social, esta se define como sendo um processo que, as empresas decidem numa base voluntária contribuir para uma sociedade com justiça e mais limpa. Seguindo esse ideal entende que as empresas não devem seguir somente aquilo que seus proprietários acreditam, porém, ser uma realidade que aceite entender os interesses dos demais profissionais que trabalham, como trabalhadores, as comunidades locais, os clientes, fornecedores, autoridades públicas, os próprios

concorrentes e a sociedade de uma forma geral. É bom que seja levado os dois níveis em consideração no entendimento do conceito de responsabilidade social.

O nível interno que está relacionado com os trabalhadores, e também com todas as partes que demonstram interesse e que são afetadas pela empresa e que por conta de seu trabalho podem chegar a causar alguma influência nos seus resultados. Enquanto o nível externo leva em consideração as consequências que causam as ações de uma organização a respeito de seus integrantes externos, como, o espaço, seus parceiros de negócio e o meio que o envolve. As pessoas, as instituições, como consumidoras e investidoras, melhoram de forma progressiva os critérios sociais nas suas decisões. Um exemplo claro é os consumidores recorrerem aos rótulos sociais e ecológicos para que só assim esses tomem suas decisões quanto à compra de um produto. O corpo de bombeiros militar do Maranhão ao utilizar o marketing social garante a participação da sociedade no serviço da corporação e possibilitará uma melhor qualidade no serviço ofertado.

A realidade que não é desconhecida de ninguém é que os danos causados ao meio ambiente pelas realizações das atividades econômicas, têm gerado uma série de preocupações entre os cidadãos e as entidades coletivas, assim esses colocam certa pressão em cima das empresas para que as mesmas ajam de acordo com os quesitos ambientais e exigindo atividades controladas, legislativos e governamentais a produção de quadros legais que estejam apropriados e certa vigilância quanto sua aplicação.

A responsabilidade social diz respeito ao atendimento por parte das empresas e indivíduos de forma a atender seus deveres e obrigações para com a sociedade no seu contexto geral. Já no estudo de alguns autores como Grajew (2010) responsabilidade social é uma espécie de comprometimento que engloba o comportamento ético e as relações que são estabelecidas pela empresa com todo o seu público, pois isso se consagra como um processo contínuo de aprendizado, ao qual necessita de uma incorporação na gestão de negócios, para que esse possa se concretizar nas corporações de bombeiros militar.

4.2 A visão do trabalho dos bombeiros nas mídias sociais

Ao se prezar pelos critérios de Lustosa (1996), a notícia nada mais é do que um fenômeno do relato social, e este se torna um desejo de interesse coletivo ou de

um grupo expressivo de pessoas. Assim na relação que é estabelecida entre o corpo de bombeiro e os jornalistas durante seus encontros, como em entrevistas, mesmo contra sua vontade esses se inserem nesse contexto de produção de notícias, das quais muitas vezes sensacionalistas, pois os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra cotidiano, não se torna algo fácil, daí que surge o lugar que dá o extraordinário ordinário, ou seja, algo previsto pelas expectativas ordinárias, como incêndios, inundações assassinatos.

O bombeiro tem a consciência de que o sistema que está ao seu redor, esse age com profissionalismo e ética, porém cabe a esse além de passar para a sociedade uma imagem de força e positividade, a respeito da qualidade de fontes de informação e notícia, tentar promover e dar contribuições para a realização de uma prática de um jornalismo com o equilíbrio adequado, que sempre tende mais a isenção e a informação da sociedade.

O bombeiro realiza na sua jornada diária uma série de atividades que fazem parte do seu rol de atendimento: incêndios, acidentes de trânsito, doméstico, de trabalho, afogamento, buscas e resgates, esses entram no chamado “*hard News*” ou notícias que causam impacto, sobre violência, incêndios, acidentes, desastres ambientais, calamidades naturais, mortes, guerras, miséria, fome.

O trabalho do bombeiro que irá contribuir com o jornalismo, é no momento da entrevista esse repassar as para o jornalista de acordo com o que se está sendo solicitado, assim chamando uma maior atenção para como está sendo desenvolvido o trabalho da corporação, ou seja, ter um foco voltado ao trabalho desenvolvido pelo corpo de bombeiros, como foi enfrentado esse duro trabalho as dificuldades, e não demonstrar interesse em mostrar apenas a situação da vítima. Essa junção de jornalismo e mídia conjunta com a postura dos profissionais dará à sociedade a imagem de uma com eficiência e profissionalismo.

4.3 A contribuição das redes sociais no CBM

A aproximação entre a população e as instituições governamentais como forma de facilitar a comunicação e garantir a eficiência no serviço ofertado é fundamental, sendo que ao longo do tempo o corpo de bombeiros militar tem conseguido desenvolver-se nos métodos técnicos para melhorar a qualidade do serviço, porém ainda existe uma necessidade de aproxima-se da sociedade em

termos de comunicação para então garantir que as campanhas preventivas e todas as ações cheguem até as pessoas com maior facilidade, sendo então preciso utilizar-se das redes sociais como parceira em mais essa missão e possibilitar um grande avanço na comunicação do corpo de bombeiros com toda a comunidade de forma rápida e eficiente.

As estratégias de comunicação são muito importantes na sociedade contemporânea, portanto as relações devem ser dinâmicas e as redes sociais oportuniza ao corpo de bombeiros militar um canal online que funciona em tempo integral e permite de forma ágil e fácil o contato instantâneo com a comunidade possibilitando campanhas e chamadas de emergências com maior facilidade.

As redes sociais apresentam-se como uma forma de comunicação satisfatória e dinâmica pelo fato de além da comunicação instantânea possibilita ao corpo de bombeiros militar garantir com que a sociedade tenha acesso aos serviços prestados e receba um feedback referente a intervenção das equipes do corpo de bombeiros militar onde tanto a corporação como a população podem interagir e avaliar a colaboração de ambos no serviço ofertado. De acordo com Recuero (2009), “as redes sociais online auxiliam a mobilizar pessoas, a construir discussões e a apontar diferentes pontos de vista a respeito de um mesmo assunto”.

O corpo de bombeiros militar ao utilizar as redes sociais irá trabalhar com um recurso online que possibilita a sociedade conhecer e auxiliar no serviço de emergência prestado pela corporação, sendo que nas campanhas preventivas a comunidade ficará sabendo quais ações podem dificultar os serviços dos bombeiros e assim em situações emergenciais saberá agir em colaboração com o sucesso da operação, portanto as mídias sociais permitem o feedback da população e permite a corporação intervir para melhorar cada vez mais diante das possíveis falhas nas operações.

A erradicação da burocracia existente nos órgãos públicos está acontecendo com a presença das mídias sociais na comunicação e divulgação das ações ao longo do tempo, sendo que atualmente as estratégias governamentais focam na utilização de wikis, blogs, microblogs e redes eletrônicas que estão trazendo bons resultados para a comunicação em nível mundial.

As mídias sociais nos Estados Unidos da América buscam possibilitar a participação, transparência e colaboração entre sociedade e a administração governamental, sendo utilizada a estratégia do Open Government Initiative do

governo Obama (Chun e Luna-Reyes, 2012; Mergel, 2012, 2013a, 2013b). As estratégias com uso das mídias sociais estão presentes em várias realidades e em diversos países pelo mundo inteiro.

O corpo de bombeiros pode utilizar as mídias sociais com objetivo de manter a sociedade comunicada sobre suas campanhas de orientações, estratégias em casos de emergências, prestação de contas dos serviços realizados e entre outras ações que se considere pertinente a comunidade ser informada, sendo possível nesta situação o push como método mais apropriado pelo fato de este direcionar-se basicamente para comunicar os fatos a população, sendo muito semelhante a outros meios de comunicação em massa como o rádio e a televisão.

Os comentários possibilitados pelas redes sociais são importantes no trabalho do corpo de bombeiros para que seja possíveis ações de correções em operações futuras, sendo assim considera-se que a estratégia pull (Meijer e Thaens, 2013) pode ser viabilizada a comunidade onde os populares poderão deixar informações direcionadas à corporação de forma por um meio das mídias sociais.

A utilização das mídias sociais pelo corpo de bombeiros militar deve-se acontecer principalmente com estratégias que permitam a interação entre a corporação e os cidadãos construindo um ambiente que possibilite analisar e discutir as ações das equipes dos bombeiros como também desenvolver campanhas de orientações e conscientização além de envolver a sociedade no processo como colaboradora nas atividades.

Na sociedade contemporânea resolver diversas situações por meio das redes sociais e aplicativos está se tornando uma realidade muito presente em todas as regiões brasileiras. Assim utilizar as mídias sociais como estratégia para resolver problemas que envolva o cidadão e a corporação de bombeiros militares seria uma forma de facilitar e tornar mais rápido os processos com utilização das mídias sociais em aplicativos, onde a interação na resolução de situações principalmente burocrática possibilitaria as equipes se ocuparem de ações como fiscalização, campanhas de orientação e prevenção de acidentes além de agir com mais rapidez nas emergências.

A comunicação e fornecimento de serviços do corpo de bombeiros militar pelas mídias sociais representa a participação da sociedade na transformação do contexto presente no Brasil, onde se assegura a democracia com o povo sendo coparticipante dos serviços prestados pela corporação, além de representar mais

uma inovação no processo histórico do bombeiro militar.

A potencialização do uso das redes sociais no corpo de bombeiro militar do Maranhão represente uma estratégia revolucionária para a realidade social vigente e transformadora no contexto histórico da corporação no estado assim como também no Brasil. A busca pela excelência no serviço prestado pela corporação é marca registrada ao longo do tempo, porém existe uma necessidade de melhorar ainda mais a comunicação entre a sociedade e as equipes do corpo de bombeiro para que estes consigam agir como parceiros.

A corporação de bombeiros militar do estado do Maranhão pode utilizar a estratégias de mineração de dados nas redes sociais para conseguir compreender a satisfação dos usuários dos serviços da corporação e assim poder em uma linha democrática realizar intervenções a partir da utilização da opinião pública nas redes sociais fortalecendo os serviços de forma a qualificar ainda mais as ações dos bombeiros.

4.4 Análise de Sentimento aplicado ao cenário Bombeiro Militar

A mineração de opinião, também chamada de análise de sentimento, é a tarefa de extrair e analisar opiniões, sentimentos, avaliações ou sentimentos de conteúdo gerado pelo usuário, como comentários, grupos de discussão e blogs. Devido a sua ampla gama de aplicações, tais como a análise de opiniões dos clientes (Hu e Liu, 2004) e gestão de reputação (Wiegand, 2010), este campo tem recebido atenção considerável tanto em áreas de pesquisa industriais e acadêmicos.

Uma das principais sub-tarefas de mineração de opinião é a classificação de polaridade, que visa classificar opiniões em classes pré-definido (normalmente positivos e negativos). Abordagens existentes para a classificação polaridade podem ser agrupados em duas categorias principais: a base de léxico e de aprendizado de máquina abordagens. Abordagens baseadas em Lexicon baseiam-se principalmente em recursos linguísticos contendo termos e conceitos polares, tais como SentiWordNet (Esuli e Sebastiani, 2006), inquiridor geral (Stone, 1966) e Subjectivity Lexicon (Wilson, 2009). Por exemplo, “Esta droga é incrível. ”, é uma frase positiva uma vez que o termo “incrível” é positivo em léxicos sentimento. No entanto, esses recursos não são suficientes desde a classificação polaridade é uma tarefa

desafiadora que precisa enfrentar muitos fenômenos sutis como *shifters* de sentimento.

Os *shifters* de sentimento são palavras e expressões que afetam a polaridade de um parecer alterando sua magnitude ou a sua direção. Por exemplo, na frase “Eu não gosto desse medicamento. ”, A palavra *shifter* “não” antes da palavra positiva “como” muda a polaridade de texto para negativo. Portanto, ignorando *shifters* de sentimento pode levar ao declínio notável na precisão global de sistemas de mineração de opinião.

Existem dois tipos de palavras *shifter* ou palavras de gatilho: palavras que invertem a polaridade do texto determinado (por exemplo, “nunca” e “não”), e as palavras que mudam valores do sentimento por uma quantidade constante (por exemplo, “grave” e “suave”). Neste trabalho, utilizou-se o primeiro tipo, ou seja, revertendo palavras. Palavras de reversão não estão limitadas às palavras de negação. Alguns tipos de verbos (como “reduzir”) e quantificadores (como “menos”) pode atuar como *shifters* de sentimento. A partir de outra perspectiva, podem ser classificados em dois grupos principais: *shifters* locais que indicam que são diretamente aplicadas às palavras polares (por exemplo, “Ricardo não ajuda”), e deslocadores de longa distância que permitem dependências entre a expressão sentimental e as palavras polares (por exemplo, “Ninguém gosta desta pessoa”).

Embora a identificação sentimental tenha um papel fundamental no reconhecimento de polaridade de expressões textuais, ele ainda não foi completamente resolvido, abordagens existentes para a identificação podem ser classificadas em duas categorias principais, baseado em regras e aprendizado de máquina abordagens. Aplicação de regras é um procedimento em duas etapas: identificação de palavras *shifter* e determinar o seu alcance (ou seja, parte da frase que é afetado pela mesma). Para o primeiro passo, a maioria dos trabalhos anteriores baseou-se principalmente sobre uma lista de palavras comuns que foram construídas manualmente (Huang, 2014; Marrese-Taylor, 2014.). A principal limitação destes métodos é que essas listas em qualquer idioma podem ser incompletas e, portanto, há sempre uma necessidade de propor uma maneira de lidar com palavras que não estão nas listas.

Para a segunda etapa, alguns pesquisadores propuseram regras heurísticas simples que definem o escopo de uma palavra *shifter* usando uma janela de tamanho fixo (Hu e Liu, 2004). O alcance da negação foi identificado usando árvore

de dependência que indica como uma palavra negação interage por outras palavras da sentença. Alguns pesquisadores têm utilizado palavras *shifter* e seus escopos como um recurso para a classificação polaridade usando abordagens de aprendizado de máquina (Wilson, 2009). Estas abordagens podem capturar alguns aspectos de forma eficaz.

No entanto, eles dependem da disponibilidade de um corpus anotado em que as palavras *shifter* e seus escopos são com etiquetas. Construção manual de tal corpus é uma tarefa que consome bastante tempo. A abordagem proposta é baseada em relações de dependência entre palavras de uma frase. É capaz de lidar com ambas as palavras *shifter* locais e de longa distância. Ele extrai padrões para diferentes tipos de palavras *shifter*, tais como estruturas de negação (por exemplo, “nunca” e “não”), verbos *shifter* (por exemplo, “cair” e “eliminar”), e quantificadores, isto é, palavras que expressam uma diminuição ou aumento do valor / de quantidade (por exemplo, “menos”), enquanto a maioria das abordagens existentes se concentram apenas em palavras de negação. Além disso, a abordagem proposta é, portanto, independente da linguagem, embora aqui testado em português, ele pode ser usado para outras línguas também. Foram incorporados também os padrões extraídos para um método baseado em léxico de classificação polaridade. Os resultados experimentais mostram que os deslocadores extraídos melhorar o desempenho do método baseado no léxico.

4.4.1 Metodologia

O estudo de caso apresentado nesse documento pode ser considerado uma pesquisa aplicada de teor multidisciplinar, seu caráter é quantitativo, uma vez que contabiliza a repetição de *tweets*, abrangidos na base de dados, com parecer neutro, negativo ou positivo. A metodologia utilizada foi embasada nas pesquisas de Yoon, Elhadad e Bakken (2013) que é composta pelos seguintes estágios: 1) estabelecer o tópico de estudo; 2) selecionar a base de dados; 3) escolher os termos (palavras) para a mineração de dados; 4) eleger a ferramenta de mineração de opinião; 5) definir o procedimento para a coleta dos dados; e 6) analisar os resultados.

Para verificação se o método de análise de sentimento poderia averiguar a opinião do público, e desse modo auxiliar nas diretorias de mídias sociais das unidades bombeiro militar, utilizou-se por objeto de estudo (estágio 1) os pontos de

vistas dos brasileiros sobre as principais atividades realizadas pelo Corpo de Bombeiro Militar no Brasil. Foram eleitas para o estudo duas operações de grande repercussão em 2019:

- Brumadinho: Ações dos bombeiros de todo o Brasil, que envolveram as buscas por sobreviventes e o resgate dos corpos, iniciada no dia 25 de janeiro de 2019, após o rompimento da barragem da Vale na cidade de Brumadinho, no estado de Minas Gerais.

- Moçambique: Ações dos bombeiros que trabalharam na Operação Brumadinho em conjunto com militares da Força Nacional de Segurança Pública a fim de minimizar os danos causados pelos ciclones Idai e Kenneth.

A base de retirada de dados (estágio 2) foi eleito tendo baseando-se em dois critérios: uma rede social popular no território nacional, as publicações dos clientes seriam majoritariamente textuais. Dessa maneira, a rede social eleita como base de dados foi o Twitter, uma vez que esse pode ser acessado facilmente tanto em computadores quando em *smartphones*, e também, suas publicações são curtas com textos limitados a 140 caracteres. A etapa seguinte foi escolher as *hashtags*, palavras chaves que fariam a chamada para os *tweets* relacionados às operações bombeiro militar no país (estágio 3). Desse modo, as *hashtags* utilizadas na mineração de dados foram estabelecidas conforme o quadro 1.

Quadro 1

Palavras-chave utilizadas para a mineração de dados

Operação Bombeiro Militar	<i>Hashtags</i>
Brumadinho	#bombeiros #brumadinho
Moçambique	#bombeiros #moçambique

Fonte: Elaborada pelo autor

Os métodos escolhidos (estágio 4) para a criação de uma base de dados foram um coletor de *tweets* em Python, gerando um arquivo em excel com a publicação e usuário publicador, e o iFeel, ferramenta criada por alunos da UFMG

que analisa o sentimento de cada uma dessas postagens através de vários filtros utilizados em pesquisas desse gênero em universidades de todo o mundo. Esse coletor foi constituído em duas etapas, a primeira foi o registro da aplicação na plataforma de desenvolvimento do Twitter para obtenção de quatro dados necessários para o acesso ao banco de dados da rede a *consumer key*, o *consumer secret*, o *access token* e o *access token secret*. O código em Python possui as declarações para essas informações na seção de autenticação.

A segunda etapa seria a criação do código propriamente dito, tendo como base a biblioteca Tweepy que é utilizada para usar a API (Interface de Programação de Aplicativos) do Twitter, que foi compilado no programa JetBrains PyCharm. Esse código permite ao usuário da ferramenta a coleta de tweets recentes, além de fácil utilização e aplicação tem permissões legais para fins acadêmicos pela própria equipe de desenvolvimento do twitter. O código comentado encontra-se no apêndice.

O procedimento utilizado para a colheita dessas informações (estágio 5) - coleta de dados (etapa 5) - foi realizada entre os dias 3 de junho e 4 de junho de 2019 através do programa feito em Python, utilizando-se as *hashtags* eleitas no quadro 2. Após a coleta, os dados foram analisados no caráter sentimental aplicando-se filtros disponíveis na aplicação iFeel.

4.4.2 Resultados e discussão

Os resultados da verificação de polaridade dos *tweets* relacionados com as operações bombeiro militar evidenciaram um predomínio de opiniões positivas e neutras, como demonstrado no quadro 2.

Quadro 2

Opinião polarizada dos cidadãos brasileiros em relação às operações bombeiro militar.

Operação	Opiniões Positivas	Opiniões Neutras	Opiniões Negativas
Brumadinho	5	10	0
Moçambique	14	21	2

Fonte: Elaborado pelo autor

Seguindo os resultados da análise de sentimento, a operação que apresentou o maior percentual de *tweets* positivos foi o Moçambique (42,42%). Esse foi também a ação bombeiro militar com maior percentual de *tweets* negativos (6,06%). A operação Brumadinho apresentou uma larga vantagem de *tweets* neutros (66,6%) em relação às opiniões positivas (33,3%). Alguns exemplos de *tweets* classificados neste estudo constam no quadro 3.

Quadro 3

Exemplo de tweets classificados pela polaridade

Polaridade	Tweets
Positiva	"Tenho o maior respeito e admiração pelos bombeiros que resgataram os corpos em meio a lama no episódio de brumado" (Usuário: FadulFotografo).
Negativa	"RT @agenciabrasil: Mais de quatro meses após rompimento de barragem, bombeiros encontram corpo completo em Brumadinho https://t.co/qJesXYxf " (Usuário: Limitedarazao).
Neutra	"Os bombeiros de Minas Gerais que trabalharam incansavelmente em Brumadinho precisam de reconhecimento pelo esforço e serviço prestado a..." (Usuário: TVBrasil).

Fonte: Elaborado pelo autor

Verificados os resultados da análise de sentimento sobre as duas operações bombeiro militar, pode-se verificar que esse método poderia aperfeiçoar as práticas do gerenciamento de redes sociais, uma vez que se tem a opinião do público, os operadores dessas seções de mídias públicas nas unidades do bombeiro poderiam estudar novas abordagens e tendências diferentes de marketing.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O corpo de bombeiro vivenciou um processo histórico bastante desafiador ao longo do tempo, porém sua atuação diante das várias operações enfrentadas pela corporação tornou possível diversas conquistas e modernização da estrutura de trabalho, sendo que a constituição federal de 1988 assegurou a existência do corpo de bombeiro militar frente às variadas contribuições da corporação na sociedade brasileira.

Ao longo desta análise bibliográfica foi possível identificar a necessidade do corpo de bombeiro militar utilizar as mídias sociais no desenvolvimento de suas ações, pois as redes sociais tem ganhado fortemente espaço na sociedade contemporânea, sendo então uma estratégia que tem muito a contribuir com as operações da corporação no estado do Maranhão.

A internet apresenta-se como uma rede de comunicação que está em ascensão onde as instituições governamentais estão buscando suporte na diversidade de formas de relacionamento existente com destaque para as redes sociais que permite uma interação direta entre população e a instituição, portanto a utilização das mídias sociais pelo corpo de bombeiro militar do estado do Maranhão representaria um grande avanço nas ações de orientação à prevenção de acidentes como também facilitaria a resolução de atendimentos burocráticos pelos aplicativos nas redes sociais.

O corpo de bombeiro militar do Maranhão poderá utilizar a mineração de dados retirada das redes sociais como forma de identificar a opinião pública sobre o trabalho da corporação e dessa forma possibilitar intervenções que possam corrigir as possíveis falhas e fortalecer ainda mais as ações que recebem a aceitabilidade da população por meio desta estratégia que utiliza as redes sociais no contexto do trabalho do corpo de bombeiro militar para democratizar o atendimento ao público do estado do Maranhão na região nordeste do Brasil.

A utilização das redes sociais pelo corpo de bombeiro militar do Maranhão estará embasada nos estudos teóricos que mostram o envolvimento da sociedade, pois a análise de sentimento nas redes sociais tem se mostrado como uma estratégia eficiente em diversas organizações.

Conclui-se com esta análise bibliográfica que a mineração de dados das redes sociais irá potencializar do uso das redes sociais no trabalho desempenhado

pelo corpo de bombeiros militares do Maranhão de acordo com processo histórico da corporação ao longo do tempo no Brasil, sendo que rede social irá contribuir na nas intervenções com base nas opiniões da sociedade sobre o trabalho do corpo de bombeiros militar do estado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUSH, Vannevar. As we may think. **The Atlantic**, jul. 1945. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/aswemaythink/303881/>> Acesso em: 22 de mar. 2019.
- CHUN, Soon A.; LUNA-REYES, Luis F. Social media in government. **Government Information Quarterly**, v. 29, n. 4, p. 441-445, 2012.
- ESULI, A., SEBASTIANI, F. (2006). **Sentiwordnet: A publicly available lexical resource for opinion mining. Proceedings of LREC**, vol. 6, pp. 417--422.
- FONTES, M. **Marketing Social Revisitado: Novos Paradigmas do Mercado Social**. Florianópolis: Futura, 2001.
- GRAJEW, Oded. **Filantropia e Responsabilidade Social**. Disponível em: http://www.Filantropia.org/artigos/oded_grajew.htm. Acessado em 15 de Março de 2019.
- GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**. Do cinema às mídias interativas. São Paulo: Senac, 2003.
- GUERRA FILHO, Willis Santiago. **Dos direitos humanos aos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.
- GUERRA FILHO, Willis Santiago. **Dos direitos humanos aos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.
- HEERSCHOP, B., ITERSÓN, P.VAN, HOGENBOOM, A., FRASINCAR, F., KAYMAK, U. (2011). **Analyzing sentiment in a large set of web data while accounting for negation**. Advances in Intelligent Web Mastering--3, Springer: pp. 195--205.
- HU, M., LIU, B. (2004). **Mining and summarizing customer reviews**. Proceedings of the tenth ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining, pp. 168--177.
- HUANG, S., NIU, Z., SHI, C. (2014). **Automatic construction of domain-specific sentiment lexicon based on constrained label propagation**. Knowledge-Based Systems, 56, pp. 191--200.
- KOTLER, Philip; LEVI, Roberto Eduardo. **Marketing Social: Estratégias para Alterar o Comportamento Público**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- LEÃO, Lucia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 2. ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2001. 158 p.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 260 p.

- LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.
- MATTOS, A. **Uma História de 150 anos de Glórias**. In: Rio de Janeiro, Secretaria do Estado de Defesa Civil, Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, Revista Avante Bombeiro, Edição Especial de 150 anos, 2006;
- MATTOS, A. **Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro 150 anos Salvando vidas**. In: RIO DE JANEIRO. Secretaria do Estado de Defesa Civil. Publicação Comemorativa aos 150 anos do Corpo de Bombeiros Militar do Rio de Janeiro, 2006.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Massachusetts: MIT Press, 2001.
- MANSSOUR, A. B., BELLINI, C. P. **Understanding the success of an 115 Internet-mediated community in Brazil**. 6th Annual Global Information Technology Management World Conference. Anchorage, AK, EUA: Global Information Technology Management Association (GITMA), June 05-07, pp. 105-108, (2005).
- MARTINS, Francisco das Chagas. **A separação do Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Piauí como fator de Segurança Pública e Direitos Humanos**. Teresina - PI, 2001.
- MARRESE-TAYLOR, E., VELÁSQUEZ, J.D., BRAVO-MARQUEZ, F. (2014). **A novel deterministic approach for aspect-based opinion mining**. Expert Systems with Applications, 41(17), pp. 7764--7775.
- PRINGLE, Hamish; THOMPSON, Marjorie. **Marketing Social: Marketing para causas sócias e a construção das marcas**. São Paulo: Makron Books, 2000.
- RHEINGOLD, H. **A Comunidade Virtual**. Editora Gradiva, Lisboa, 1996. 377 p.
- RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, p. 1-269, 2009. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>>. Acesso em: 02 Abr. 2019.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- STONE, PH.J., DUNPHY, D.C., SMITH, M.S. (1966). **The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis**.
- VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: O mercado de ideias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- WIEGAND, M., BALAHUR, A., ROTH, R., KLAKOW, D., MONTOYO, A. (2010). **A survey on the role of negation in sentiment analysis**. Proceedings of the

workshop on negation and speculation in natural language processing, Association for Computational Linguistics, pp. 60--68.

WILSON, T., WIEBE, J., HOFFMANN, P. (2009). **Recognizing contextual polarity: An exploration of features for phrase-level sentiment analysis**. Computational linguistics, 35(3), pp. 399--433.

YANG, Dong-Hui; YU, Guang. **A method of feature selection and sentiment similarity for Chinese micro-blogs**. Journal of Information Science, v. 39, n. 4, p. 429-441, 2013.

APÊNDICE

Código fonte comentado

```

#importações necessárias
import oauth2
import json
import pprint
import urllib.parse
import csv

#informações da API criada
consumer_key = '99H1hFthU3b1zaUUqOa7oqA35'
consumer_secret = 'COCDwA1mx51aLXPS5fsOdr1B93WCwK2qWi3XEPUUZ1nLArcOqh'

token_key = '1131540517269966849-WAU04LImi1Pt1zi0MwOts8ZdWwGZgA'
token_secret = 'vsx8Aw3DKWM88Nu7fXNMuCWbEWWMEi2AmcW4hj5sqTSGB'

#instanciando objetos de autenticação
consumer = oauth2.Consumer(consumer_key, consumer_secret)
token = oauth2.Token(token_key, token_secret)
cliente = oauth2.Client(consumer, token)

#busca feita
query = input('Informe uma palavra-chave: ')
query_codificada = urllib.parse.quote(query, safe='') #suporte para
pesquisa de hashtag através do caractere '#'

#URL usada para efetuar a query usando como parâmetro de busca as palavras
armazenadas na variável query_codificada
requisicao =
cliente.request('https://api.twitter.com/1.1/search/tweets.json?q='+query_c
odificada+'&lang=pt')

#decodifica o resultado recebido da requisição em json para
decodificar = requisicao[1].decode()

#extrai apenas a parte 'statuses' de cada tweet encontrado
objeto = json.loads(decodificar)
tweets = objeto['statuses']

#abre e cria um arquivo .csv
f = open('table.csv', 'w')

#escreve no arquivo criado e abero
writer = csv.writer(f)
writer.writerow( ('Usuário', 'Tweet') ) #essas são as colunas que serão
extraídas de cada tweet

#laço de repetição para printar e salvar no arquivo o nome do usuário do
twitter e o seu respectivo tweet
for twit in tweets:
    print(twit['user']['screen_name']) #nome do usuário
    print(twit['text']) #texto do tweet
    print(' ')
    writer.writerow((twit['user']['screen_name'], twit['text'])) #escreve
no arquivo

```

```
#fecha o archivo anteriormente abierto  
f.close()  
  
##pprint.pprint(objeto['statuses'][0]['text'])
```