

Comunicação pública e internet: análise do Portal Brasil na mídia social¹

Juliana Nogueira² e Carlos Potiara Castro³

Resumo

O presente estudo avalia a comunicação do governo federal, através de uma análise do conteúdo de página de uma mídia social do Portal Brasil, do governo Dilma Rousseff. O conceito de comunicação pública prevê que a comunicação governamental deve ir além da promoção institucional, prestando serviço e incentivando a participação da sociedade. As novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) abrem novos caminhos à participação do cidadão no dia a dia da política. A internet ajudou a criar uma demanda por canais de comunicação mais diretos. Analisou-se, através de métodos quantitativo e qualitativo de 220 posts e 578 comentários para determinar a interação entre governo e cidadão. O estudo mostrou que o governo usava as mídias sociais para disseminar informação e fazer prestação de serviço ao público em 73% dos posts.

Palavras-chave: Comunicação pública, mídias sociais, governo, tecnologias da informação e comunicação

Abstract:

The present study evaluates the federal government's communication, through an analysis of the content of a social media page of Portal Brasil, under Dilma Rousseff administration. The concept of public communication provides that government communication must go beyond institutional promotion, providing service and encouraging the participation of society. The new information and communication technologies (ICT) open new paths to citizens' participation in the day-to-day politics. The internet has helped create a demand for more direct channels of communication. Through quantitative and qualitative methods, 220 posts and 578 comments were analyzed to determine the interaction between government and citizen. The study showed that the government used social media to effectively disseminate information and provide service to the public, since 73% of the posts had this purpose.

1 Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Jornalista formada pela Universidade de Brasília, especialista em Gestão da Comunicação nas Organizações pelo Centro Universitário de Brasília.

3 Jornalista e cientista político formado pela Universidade de Paris 8, Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas, é professor da Universidade de Brasília. Email: carlospotiara@unb.br

Although the page has a strong focus on promoting government activities, this paper points for a positive balance.

Keywords: Public communication, social media, government, information and communication technologies

Introdução

Os anos que antecederam junho de 2013 foram marcados por manifestações populares em diversos lugares do mundo. Dos Estados Unidos à Espanha, da Tunísia ao Egito e à Turquia, passando pelo Brasil. Países com regimes democráticos e não democráticos, vivendo de crise financeira ou não, viram surgir fortes protestos populares de indignação com fatos políticos locais. O fator comum a eles foi o uso de redes sociais virtuais enquanto espaço público aberto que permitiu a participação de segmentos significativos da sociedade. As redes sociais serviram para a articulação das manifestações mas o uso social desses dispositivos demonstrou que a arena pública, cujo acesso foi tradicionalmente controlado por interesse de classe, se abriu, facilitando mobilizações políticas que antes demandavam demorado e incerto trabalho de organização.

No Brasil, entre junho e julho de 2013, milhões de pessoas foram às ruas protestar contra a corrupção, o aumento de tarifas de serviços públicos e pedir para serem levados em consideração nas decisões políticas. Novamente, o fator comum entre as manifestações em diversas cidades foi que muitas das marchas e protestos foram mobilizados e organizados pelas redes sociais virtuais, notadamente o Facebook e o Twitter.

A abertura do espaço público para uma maior participação dos cidadãos proporcionada pelo advento das novas tecnologia e a imediata incorporação dessas nas estratégias de envolvimento em assuntos políticos pela sociedade demonstra que historicamente houve um déficit comunicacional na maioria das democracias representativas, sejam ocidentais, ou de países árabes e do oriente médio. Entretanto não é apenas o surgimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs), da Comunicação Mediada por Computador (CMC) e o advento da Sociedade da Informação que configuraram esse novo espaço público, mas é sobretudo a disseminação generalizada de seu uso. Como consequência imediata desses processos sociais observamos uma crise significativa de confiança nas instituições públicas.

Diante deste contexto, o presente estudo buscará responder os seguintes questionamentos no contexto brasileiro do ponto de vista do estado: como o governo federal utiliza as mídias sociais? Como o governo lida com as novas formas de interação? O uso de redes sociais pelo governo está atingindo seu potencial e respondendo

às demandas da sociedade? E finalmente, até onde vai a disposição do governo em permitir maior participação popular via internet?

O objetivo do presente estudo é analisar a comunicação digital do Portal Brasil no Facebook, definido pelo governo como a “porta de entrada” para o cidadão acessar os serviços públicos e que serve igualmente como uma forma de centralizar os conteúdos mais importantes de vários ministérios. . Deu-se destaque para sua abertura e encorajamento à participação social via as novas mídias. Para realizar este trabalho aplicou-se metodologia quantitativa para estudar os *posts*, com uso de análise de conteúdo, cujos resultados foram complementados por entrevistas com os responsáveis pela página do Portal Brasil da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em Brasília. Finalmente, cabe destacar que a escolha do Facebook se deu por ser parte fundamental da estratégia do governo em se conectar digitalmente com o cidadão.

Internet, E-democracia e E-participação

O relatório “E Government Survey 2012 – E-government for the people” da ONU destaca a importância da democracia digital e da participação para o desenvolvimento de todos os países. Segundo a publicação, as crises econômica e ambiental em que vivemos nos torna todos interconectados. Os governos já percebem que a saída é desenvolver serviços sustentáveis para sua população e que neste contexto de sustentabilidade está: “a viabilidade de sistemas nacionais e subnacionais de governança centrados no cidadão, socialmente inclusivos e participativos [...]” (ONU, 2012, página 2).⁴

A e-participação, entendida aqui como a participação do cidadão no processo político por meios eletrônicos, passou a ser considerada pela ONU um elemento chave para uma boa entrega de serviços públicos prestados pelo estado. Então, a partir de 2003, a instituição passou a monitorar o que chamou de “índice de e-participação”. O índice é composto de três outros índices: e-consulta, e-informação e e-tomada de decisão.

Quadro 1 – Estrutura do Índice de E-participação

Estrutura do índice de e-participação	
Subíndice	Descrição do Subíndice
e-informação	Os websites governamentais informam sobre políticas e programas, orçamentos, leis e

4

No original: “Embedded in the concept of sustainability is the viability of (i) national and sub-national governance systems that are citizen- centric, socially inclusive and participatory[...]” Tradução minha.

	regulamentos, além de outras instruções essenciais ao interesse público. Existem ferramentas que disseminam a informação, disponibilizando aquela de natureza pública, o que inclui fóruns na Web, listas de e-mail, grupos de notícias e salas de bate-papo.
e-consulta	O website do governo traz explicações sobre mecanismos e ferramentas de e- consulta. Possibilita escolher tópicos de políticas públicas para discussão on-line, com acesso arquivado e em tempo real a registros em áudio e vídeo de encontros públicos. O governo encoraja os cidadãos a participar das discussões.
e-tomada de decisão	O governo indica que levará em conta a opinião do cidadão ao tomar decisões, dando feedback real sobre os resultados de questões específicas.

Fonte: GUIMARÃES e MEDEIROS, 2005, p. 7.

Em termos de e-participação e de e-governo, o Brasil se sai bem quando comparado com os outros países da América do Sul, ou até mesmo dentro dos BRICS (grupo de países de alto crescimento econômico, formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). No caso da e-participação perde apenas para a Rússia, neste grupo. Se considerarmos as Américas, no entanto, está atrás de Chile, Colômbia e México, sem contar os Estados Unidos e o Canadá. É interessante notar também que o país empata com a Espanha, porque esta teve uma grande queda entre 2010 e 2012.

O Brasil está na exata metade do espectro do índice. Isto mostra que muitas conquistas já foram conseguidas, principalmente no campo da e-informação. Iniciativas como o Portal da Transparência Brasil, do governo federal, o DATASUS, que oferece um banco de dados completo sobre a saúde nacional e a campanha pela Lei de Acesso à Informação, capitaneada pela Controladoria Geral da União (CGU), mostram isso.

Na e-tomada de decisão também já existem algumas experiências nacionais, como o orçamento participativo de Belo Horizonte, no qual a prefeitura criou um processo pelo qual os cidadãos podem escolher como uma pequena parte do dinheiro público será gasta (SAMPAIO, 2010). Silva (2005) analisou os portais de 24 capitais brasileiras para medir até que ponto os governos exercitavam a democracia digital e faziam uso das TICs na construção das decisões de governo. Ele concluiu que, apesar de existir um esforço de informação, o mesmo não existe em relação à participação. “Não há efetivas aberturas para esta participação do cidadão nos negócios públicos por parte desses governos e não há rupturas ou inovações radicalmente inovadoras neste sentido” (SILVA, 2005, página 465).

A Comunicação Pública na Internet

Parte-se do princípio que a comunicação realizada pelo governo deve buscar também ser aberta à participação do cidadão, seja no sentido de dar a este acesso a informações necessárias para que ele exercite o controle social do estado, seja

no sentido de efetivamente participar das deliberações e debates que levam à criação de políticas públicas. Penso que a comunicação governamental “[...] deve ser tratada pelo viés da comunicação pública, como o reconhecimento do direito do cidadão [...] de ser informado sobre os atos dos governos/administrações” (KOÇOUSKI in Matos 2012, p.91)

A comunicação pública é aquela que envolve trocas comunicacionais entre os diversos atores políticos do país, não apenas o Estado. É uma forma de se comunicar que visa debater e negociar temas que são de interesse de toda a sociedade e dos quais devem participar todos os membros da sociedade. Para Jorge Duarte:

A comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionado a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas (DUARTE, 2010, p. 3).

A comunicação pública não se confunde com a comunicação institucional ou política feitas pelo governo, que são voltadas a gerar uma determinada imagem daquele governo ou órgão público. Ela se associa ao conceito de esfera pública de Habermas, que é justamente o espaço de negociação, via opinião pública, entre governo e sociedade (Egler, 2012). Para Oliveira (2012), a comunicação pública é também uma forma de ampliar a democracia, por meio de uma maior inclusão do cidadão.

Partindo deste conceito de comunicação pública, é possível então pensar que formas ela poderia tomar na era da informação e quais são as possibilidades para uma comunicação pública digital. Para isso, é preciso primeiro compreender como tem se dado a comunicação estatal antes da internet, se dentro ou não da perspectiva da comunicação pública e também como a internet impactou na comunicação estatal.

A web 2.0 aumentou as possibilidades de participação do cidadão no dia a dia da política. Acesso à informação abundante e transparente é parte necessária da comunicação pública e da esfera pública, mas não sua totalidade. Segundo Elgler (2006), discussão e colaboração, além de conteúdo criado pelo usuário são partes integrais da esfera pública virtual. Nesta perspectiva, o cidadão não é mais passivo quanto à esfera pública, mas parte integrante da mesma. Como expõe Benkler (2006):

[...] a rede permite que todos os cidadãos mudem sua relação com a esfera pública. Eles já não precisam ser consumidores e espectadores passivos. Eles podem se tornar criados e fontes primárias dos assuntos.

Baseado nestes exemplos, podemos então dizer que a comunicação pública na internet precisa ter as seguintes características: Incentivar a participação do público; Representar a voz do governo em discussões na web; Transparência; Ser útil; Prestar de serviço.

Análise do Portal Brasil

Segundo post constante na própria página do Portal Brasil, seu o objetivo é tornar o governo mais acessível ao cidadão. O lançamento do Portal Brasil não foi a única iniciativa que adveio dos protestos de junho (coloque em destaque essa informação! O PB surge a partir dos protesto de junho, sublinhar claramente. Coloque essa informação também na introdução, é importante dizer isso de cara). Juntam-se a ela a criação de um Gabinete Digital, ligado à Presidência da República e o lançamento do Participatório, um fórum de discussão voltado a estimular a participação popular da juventude. Escolhi o Portal Brasil por ser uma iniciativa mais antiga, uma evolução da política de governo eletrônico do governo federal. Além disso, o Portal Brasil é para ser uma página “mestre” em relação às outras páginas do governo brasileiro e portanto, mais representativa do uso de redes do governo federal do que seria o Participatório (parte de todas essas informações resumidas podem ser colocadas logo na introdução - é importante que este momento, este capítulo seja uma segunda leitura de uma informação já passada, não pode ser tanta novidade apenas aqui, tem que já preparar o leitor, como se fosse pra criar curiosidade nele).

O website Portal Brasil foi lançado em 2010, como culminação dos esforços de governo eletrônico do Estado Brasileiro. A ideia do Portal era ser uma entrada única para a população (essa informação eu coloquei p vc lá em cima, viu? Faça algo assim, talvez com outras palavras, mais suscito. Não pode ser repetição, mas já deve ter sido apresentado), onde se reunissem os serviços e iniciativas do governo. Em 27 de setembro de 2013, o Portal foi relançado, com uma interface mais moderna e reunindo ainda mais serviços do que anteriormente. Outra inovação é que no mesmo dia, também se lançaram páginas no Facebook, no Twitter, no YouTube e no Flickr.

Delimitação do Objeto

O governo federal é composto de 38 órgãos com status ministerial, sendo 23 ministérios, 8 secretariais e 5 outros entre empresas mistas e autarquias (como Banco do Brasil e a Advocacia Geral da União). Destes, apenas dois (Gabinete de Segurança Institucional e Secretaria de Relações Institucionais – os dois da Presidência da República) não possuem algum tipo de rede social⁵.

Para avaliar a comunicação digital no governo federal o ideal seria estudar o uso que cada um desses órgãos faz dela. No entanto, avaliar uma amostra tão grande levaria a um resultado superficial, uma vez que cada ministério faz uso de diferentes plataformas e tem públicos muito distintos. Além disso, o principal objetivo deste trabalho é de avaliar a participação política nas redes governamentais (isso deve ser dito no resumo e intro). Muitos Ministérios têm como foco oferecer serviços à população, então certamente a participação ficaria em segundo plano em suas prioridades. Escolheu-se assim, focar no uso de apenas um órgão significativo e fazer um estudo de caso aprofundado deste.

Uma vez feita a escolha pela página do Facebook do Portal Brasil, fez-se necessário fazer um recorte do período estudado. Optou-se por fazer a análise entre os dias 30 de novembro de 2013 e 31 de janeiro de 2014. O período foi escolhido por permitir a análise de posts antes e depois do expressivo crescimento de fãs na página, conforme mostra gráfico abaixo. Além disso, dois meses de postagens permitem avaliar uma série maior de assuntos postados e interações com o usuário. O acompanhamento contínuo também foi necessário para se verificar como os administradores da página lidariam com críticas e protestos eventualmente feitos naquele espaço.

Metodologia

O presente trabalho se baseou na coleta de dados quantitativos (frequência de postagem e crescimento no número de fãs) e também na análise qualitativa e quantitativa do conteúdo colocado na página. Para agregar profundidade à análise, também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com fontes da Presidência da República, diretamente responsáveis pelo Portal, para que se pudesse compreender melhor o dia-a-dia da produção de conteúdo e interação com o cidadão.

Os dados foram coletados de duas formas: via observação direta da pesquisadora da página e via o uso da plataforma AnalyticsPro do Socialbakers. Esta plataforma é um serviço de monitoramento de redes sociais que permite acompanhar estatísticas como número de curtidas, compartilhamentos e tipo de conteúdo colocado, entre outros. O Socialbakers foi utilizado para se adquirir os dados quantitativos em relação à página, que não poderiam ser conseguidos de forma prática ou precisa pela observação direta.

De acordo com lista de redes sociais disponível no Portal Governo Eletrônico < <https://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/redes-sociais> > Último acesso em 16 de março de 2014

Neste período, a página (a página? Esse sujeito não tá legal) fez 522 posts e recebeu 1.142 comentários, dos quais 220 posts e 578 comentários foram analisados⁶. A coleta foi feita nos dias 6 de dezembro de 2013, 10 de janeiro de 2013 e 5 de fevereiro de 2014, a partir da linha do tempo pública da página. Foram selecionados os posts que obtiveram mais curtidas, comentários ou compartilhamentos.

Os comentários foram classificados em 14 categorias diferentes: Elogio, Pergunta, Resposta, Crítica, Marcação de Amigo, Interação entre usuários, Esclarecimento/acréscimo de informação pela página, Opinião (Foram consideradas opiniões comentários que não se colocavam nem contra nem a favor do conteúdo, mas faziam reflexões sobre mesmo) e não relevantes (comentários, elogios, críticas ou outras manifestações que não tinham relação com o conteúdo postado). Um gráfico com essas categorias foi apresentado? Seria bom, nem que fosse apenas um. Não vejo bem os gráficos na minha máquina, mas não tem problema por enquanto_

Já os posts foram analisados de acordo com quatro critérios (de mesmo):

- a) Linguagem do conteúdo (se formal ou informal, em tom oficial ou interativo);
- b) Fonte do conteúdo: se ação da própria rede social, (atualização da capa, troca da imagem da página), conteúdo próprio, compartilhamento de páginas oficiais do governo ou compartilhamento de páginas de terceiros;
- c) Tipo do conteúdo: se o conteúdo era relativo a (i) uma atividade governamental (eventos, notícias focadas na Presidente da República), (ii) informações públicas (campanhas, dados e estatísticas sobre o país) ou (iii) interação;
- d) Assunto: foram contabilizados 18 assuntos diferentes, dos quais destacam-se: saúde, seguridade social e trabalho e emprego.

Resultados

A página também usa muito conteúdo próprio 55%, o que está de acordo com o propósito estabelecido por sua equipe de gerenciamento, que segundo um dos entrevistados é “além de divulgar as informações, trazer tráfego para o site do Portal Brasil”.

Os assuntos são bem variados e vão desde dicas sobre saúde até informações sobre a compra de caças pelo governo. Saúde é justamente o assunto mais

6

Vale notar que as resposta da página a comentários foi contabilizada no número de comentários.

tratado, seguido de esporte, questões sociais e educação. As pautas são escolhidas semanalmente pela equipe, que também acompanha as estatísticas de acesso ao Portal Brasil para colocar posts sobre os assuntos que estão sendo mais buscados.

A meta de disseminar informação e prestar serviço ao público também é cumprida, no sentido em que 73% dos posts são relacionados a isso. Ao classificar os posts como informação X atividade do governo, levei em consideração qual aspecto dominante do post. Por exemplo, o post da imagem 1, sobre o investimento em educação, poderia ser considerado como um post sobre dados. No entanto, ele é apresentado por meio de link com o Twitter da presidente Dilma, ligando a figura dela aos investimentos. A página já havia apresentado os dados de forma imparcial e mais didática 2 dias antes.

Assim, se considerarmos que 21% dos posts foram relativos a atividades do governo e portanto mais voltados à comunicação política, este ainda é um número alto, pois a comunicação política também estará presente nos outros posts (minha cara, não entendi direito este parágrafo. Tinha como melhorar um pouco?).

Interação com o Usuário

A página do Portal Brasil não permite que fãs postem em sua linha do tempo, então a única forma de interação permitida é por meio dos comentários. A página tem uma política rígida quanto a que comentários podem ser feitos, mas de acordo com a equipe, sua política é apagar apenas o que for considerado ofensivo. Durante o tempo de análise da página, não foram encontrados comentários apagados, o que significa que a página respeita sua política. Assim, a interação com o usuário foi avaliada por meio da análise dos comentários e a resposta da página.

Como a página não permite que os fãs postem na timeline, não foi possível usar o recurso do Socialbakers para medir a relação pergunta/resposta, que foi medido por meio da comparação entre perguntas e respostas nos comentários (tem que ser um pouco mais didático. O leitor pode não saber o que é o socialbaker e a frase parece repetitiva). Cerca de 60% das perguntas não são respondidas. Mas segundo os entrevistados, isto é resultado da falta de pessoal e do excesso de perguntas, não de vontade.

Pelos dados coletados é possível ver que apesar de muitas críticas serem feitas, a maior parte dos comentários é positiva ou de apoio ao governo. Há também um alto índice de pessoas que fazem comentários com objetivo de problematizar e discutir os assuntos tratados, sem fazer julgamentos.

É interessante analisar também que alguns posts sobre assuntos polêmicos (como Copa ou grandes compras públicas) geram grandes discussões entre os fãs da página, mostrando o potencial para deliberações mais participativas na rede acontecerem, caso sejam fomentadas pela página, como na discussão sobre a compra de caças pela Força Aérea (imagem 2).

Há um trabalho ativo da equipe de gerenciamento para responder aos comentários negativos. De acordo com um dos entrevistados, eles procuram responder às críticas para tentar mudar a opinião dos fãs: “Com a interação, você pode até não reverter a opinião da pessoa, mas outras pessoas vão ver e podem pensar diferente”. A resposta a essas interações evidencia o trabalho da assessoria para tentar mudar as opiniões dos fãs e não de participar da conversa. Como é possível ver no post abaixo sobre o investimento em saúde.

A participação e comunicação pública no Portal Brasil

Apesar dos altos índices de interação do Portal Brasil com os fãs de sua página, não foram encontradas iniciativas que fomentassem a participação ou o debate deliberativo nas redes. Há transparência e prestação de serviço, mas não diálogo.

Quanto a seguir os preceitos da comunicação pública, cruzamos os dados dos tipos de conteúdo com as características da comunicação pública virtual que foram apresentadas no capítulo anterior.

Quadro 2 - Análise da Comunicação Pública no Portal Brasil

Características da Comunicação Pública Online	Aspectos investigados no Portal Brasil	Análise
Incentivar a participação do público	Tipos de Conteúdos e Assuntos	Dos conteúdos e assuntos analisados, nenhum visava incentivar ou permitir a participação política do cidadão.
Representar a voz do governo em discussões na web	Comentários	A página responde aos pedidos de informação, críticas e comentários da população.
Transparência	Tipos de Conteúdo, Assuntos e Comentários	A página constantemente disponibiliza informações sobre as ações do governo e canais para contato, prezando pela transparência.
Ser útil/ Prestar de serviço	Tipos de Conteúdos e Assuntos	A prestação de serviço é claramente o objetivo principal da página, que o faz muito bem por meio de disponibilização

		de informações, campanhas, e reposta a perguntas.
--	--	---

Fonte: Da própria autora.

Pelo quadro é possível ver que o Facebook do Portal Brasil segue três das quatro características nas redes sociais, mas não cumpre justamente com a mais importante e própria da internet: a participação.

De acordo com os entrevistados (sobre os entrevistados, você não falou deles, mas tem isso no seu trabalho. O que acha de falar e quantas pessoas são, onde estão lotados, etc.... vc estava em Brasília e por isso tem que valorizar essas informações que só nós temos aqui), essa é uma das metas para o futuro da página, mas que é difícil avançar no assunto, pois a comunicação governamental ainda está muito ligada ao perfil de cada governante ou dirigente (OBS: comunicação de governo e não de estado). Assim, da forma como está configurada essa estratégia comunicação... não é possível manter uma política consistente em relação à participação e avançar nesta questão.

Conclusão

Ao longo deste estudo, procurou-se demonstrar que as novas tecnologias da informação e comunicação, em especial a internet, inauguraram uma nova forma de interagir com o mundo, a Sociedade em Rede conforme pensada por Castells (2013). Essa nova sociedade gerou um novo cidadão, mais conectado, preocupado com seus direitos e mais exigente de participação e controle de seu governo.

A tecnologia também ajuda a propiciar essa participação, permitindo que governos se tornem mais transparentes e tenham múltiplos canais de comunicação com o cidadão. A e-participação já é uma realidade em muitos países, em maior ou menor grau, como Estados Unidos, Reino Unido, Holanda, entre outros. Mudar não é apenas uma opção, é uma necessidade diante da crise da democracia representativa e da desconfiança cada vez maior que os cidadãos sentem em relação ao Estado.

Do ponto de vista da comunicação pública, enquanto promotora de um espaço público mais participativo entre setor público, setor privado, sociedade civil organizada e cidadão, a internet também se apresenta como uma tecnologia que permite a realização de atividades decisórias mais consequentes e maduras do ponto de vista democrático (redação, rever)

Nesse sentido, as mídias sociais, principalmente sites como Twitter e Facebook, se apresentam como uma forma de realização de um diálogo e contato direto. Cidadãos, empresas, ONGs, e governo podem e devem se esforçar de encontrar espaços de convergência (veja se contempla o que quer).

O estudo de caso mostrou, porém, que o governo ainda não busca participar ativamente deste diálogo nas redes sociais. O foco está em prestar serviço ao cidadão e dar transparência às ações do governo. O Manual de uso de Redes Sociais da Secom (já disse anteriormente o que é a sigla?) reconhece que a rede é um espaço de trocas, mas se coloca como reativa às perguntas e não como um agente proativo. Há uma preocupação em responder todas as perguntas, mas não de se estimular a interação.

Tal postura não está errada. Ser transparente, ter serviços online de qualidade e oferecer um “serviço de atendimento ao cidadão” constituem partes importantes e necessárias do relacionamento entre Estado e sociedade, além de bases da comunicação pública. E o governo federal já vem fazendo isso de forma consistente há vários anos. Foi pioneiro em e-governo na América Latina (essa experiência é reconhecida amplamente. A informação devia estar lá em cima tb Ju) e tem sistemas de transparência que são exemplos para o mundo (ONU, 2012). O próprio Portal Brasil faz isso extremamente bem.

Mas como se procurou mostrar neste estudo, a internet permite muito mais do que isso, assim como o cidadão demanda cada vez mais influir nas decisões políticas do governo. A participação via mídias sociais é mais do que buscar a interação via comentários, curtidas ou compartilhamentos, é nutrir o diálogo, provoca-lo e participar da conversa (é adotar uma política de estado e não apenas de governo?).

Já existem iniciativas neste sentido no país. O Participatório, por exemplo, é uma plataforma web que foi criada pela Presidência da República para ser uma área virtual de debate com os jovens. No entanto, um rápido olhar para as mídias sociais do Participatório mostra que a participação é buscada dentro da plataforma e não onde o cidadão já está (Twitter e no Facebook).

Para Dziekaniak (2008), existem alguns motivos para o governo não querer participar da conversa virtual: 1) o governo ainda duvida de sua validade, 2) não deseja envolver o cidadão em consultas, 3) o governo não quer prestar contas, 4) não querem descentralizar o conhecimento.

Com o avanço da tecnologia e a evolução do governo, não acredito que os motivos 3 e 4 possam acontecer. Mas persiste uma percepção errônea de que participar da discussão, “dar a cara a tapa”, por assim dizer, irá atrair comentários negativos e arriscar gerar imagem negativa para instituições e políticos. Não é o que se nota no levantamento dos comentários na página do Portal Brasil (28% dos comentários eram positivos). E os exemplos de outros governos pelo mundo mostram que ser ativo na

conversa traz mais benefícios do que problemas, basta analisar o perfil no Twitter do presidente americano Barack Obama.

Além disso, vê-se um desvirtuamento da comunicação pública e uma ênfase no uso de redes sociais oficiais para a comunicação política, voltada para o convencimento da população, não de participação. Isso é evidenciado pelo fato de que dos 220 posts coletados, 53, quase 20% se referiam a atividades do governo como eventos dos quais a Presidente e Ministros participaram, declarações e discursos. Sem contar com posts que são puramente de informações, mas apresentados como se fossem conquistas políticas de determinada autoridade, e não do Estado.

Como procurei expor ao longo do estudo, tomar parte na conversa e praticar a comunicação pública pode trazer resultados mais expressivos do que manter a comunicação política. Isso porque a sociedade está mudando e cada vez mais e os cidadãos exigem seu direito de decisão.

Alguns especialistas já falam em uma terceira onda de produtos web (Terra, 2012), a Web 3.0. Esta será a era da internet das coisas (das coisas? Tem como explicar um pouquinho mais?), onde tudo estará verdadeiramente conectado, inclusive governo e cidadão. Este último buscando cada vez mais sua participação política dentro das redes sociais das quais já faz parte, seja em casa, seja em sites como o Facebook e o Twitter. O governo precisa estar preparado para escutá-lo e interagir com ele lá, no fórum escolhido pelo cidadão. Pois se não participar da conversa, o cidadão poderá fazer o que a democracia lhe permite fazer: trocar de governo.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ataíde de; SILVA, Bruno. O governo ainda não quer ser seu amigo. *Correio Braziliense*, Brasília, 24 de junho 2012. Disponível em: <<http://www.gvces.com.br/index.php?r=noticias/view&id=243626>>. Acesso em: 07 de setembro 2013. 14:35.
- AMARAL, Inês. Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “prosumer”. *Comunicação e Sociedade*, Portugal, vol. 22, p. 131-147, 2012.
- ANTOUN, Henrique. Mediação, Mobilidade e Governabilidade nas Redes Interativas de Comunicação Distribuída. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Rio de Janeiro, 2005
- ARAKAKI, Cristiane. *O Governo Eletrônico como instrumento de aproximação entre o governo e o cidadão*. 2008 164 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília. 2008.
- AVELAR, Lúcia. Participação Política. In: AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio. (Org). *Sistema político brasileiro: uma introdução*. Rio de Janeiro: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung. 2004
- BARRETO, Vicente. Voto e Representação. In: *Curso de Introdução à Ciência Política*. 2a ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília. 1984.

- BRASIL. Presidência da República. Lista de órgãos do governo federal. Site do Planalto. Disponível em: < <http://www2.planalto.gov.br/presidencia/ministros/ministerios> >. Acesso em 07 set. 2013. 21:00
- CARVALHO, Nino. Ativismo Digital. Jornal Estado de Minas, Belo Horizonte, 18 de agosto 2013. Disponível em: < <http://www.ninocarvalho.com.br/publicacoes-e-pesquisas/ativismo-digital/> >. Acesso em 06 set. 2013. 15:15
- CARVALHO, Nino. Ministros e Ministérios no Twitter. Blog Nino Carvalho, 20 de janeiro 2011. Disponível em: < <http://www.ninocarvalho.com.br/setor-publico-2/ministros-e-ministerios-no-twitter/> > Acesso em 06 set. 2013. 15:30.
- CASTELLS, Manuel, *A Sociedade da Informação*. 3.Ed. São Paulo, Zahar, 2012
- CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. 1. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CASTRO, Carlos Potiara. *Le symbolisme de l'Amazonie dans la presse européenne de la fin du XXe siècle*. Paris: Librinova, 2019.
- _____. Interligando pobreza e meio ambiente: abordagens comunitárias participativas, jogos de informação imperfeita e a Convenção sobre Diversidade Biológica. *Meridiano 47: Journal of Global Studies*, vol 17, 2018.
- _____. Discussing political crisis as a social phenomenon: a short critical look. In: *Novos Cadernos NAEA*, vol. 22, 2019.
- CHATFIELD, Tom. *Como viver na era digital*. 1.Ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012
- CORREIA, João Carlos; MAIA, Rousiley C. (Org) *Public Sphere Reconsidered: theories and practices*. Covilhã, Portugal: LabCom, 2011
- DAHL, Robert A. *Sobre a democracia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001
- DAHLBERG, Lincoln. The Internet and Democratic Discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society* n.4 p.615–633, abr.2011.
- DINIZ, Henrique Eduardo; RIBEIRO, Manuella Maia. O conceito de esfera pública interconectada e o site “webcidadania” no Brasil. *Gestão & Regionalidade*. Vol. 28. n. 83. mai-ago. 2012.
- DUARTE, Jorge. *A Comunicação Pública*. 2010. Disponível em < <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf> >. Acesso em 15 mar. 2014. 10:51.
- E-LIFE, *Hábitos e Comportamentos dos Usuários de Redes sociais no Brasil 2013*. Disponível em: < http://elife.com.br/elife_estudo_de_habitos_em_redes_sociais_2013/ > Acesso em 13 fev. 2014. 10:00.
- EGLER, Tamara Cohen. Redes tecnossociais e democratização das políticas públicas. *Sociologias*. Porto Alegre, ano 12, n.23, p. 208-236, jan-abr. 2010,
- FRANZOSI, Ednylton Maria, et.al. Rede de Informações Pública e Aberta DadosGov - Um modelo aberto para a troca de informações. In *Dados abertos para a Democracia na Era Digital*. – Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011. 84 p.
- GIADERLLI, Gil. *Você é o que você compartilha: e-agra: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede*. 1.Ed. São Paulo: Editora Gente, 2012.

- GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*. Vol3, p.214-222, set. 2005.
- GONÇALVES, Denise Mafra. *A internet nos Estudos da Área de Comunicação Brasileira: questões e abordagens (2000-2010)*. (Mestrado)-Universidade de Brasília. 2011.
- GUIMARÃES, Tomás de Aquino de; MEDEIROS, Paulo Henrique Ramos. A relação entre governo eletrônico e governança eletrônica no governo federal brasileiro. *Cadernos EBAPE.BR* Vol. 3, n.4, dez. 2005. Fundação Getúlio Vargas
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEAL, Paulo Roberto Figueira; ROUSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. *Relações entre representantes e representados no Twitter: os perfis de presidentes latino-americanos e a construção de uma agenda de pesquisa*. XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012.
- LOCATELLO, Piero; MARTIN, Rodrigo. #vai ter protesto. *Revista Carta Capital*, São Paulo, n785, p. 26 – 31, 5 de fevereiro de 2014.
- MANZANO, Rodrigo. Internet chega a 80,9 mi de brasileiros. *Meio e Mensagem*, 20 de junho 2013. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/06/20/Internet-chega-a-809-mi-de-brasileiros.html>>. Acesso em 07 ago. 2013. 21:30.
- MATOS, Heloíza. (Org). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo, ECA/USP, 2012.
- MORAES, Roque. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- NAÇÕES UNIDAS. *World public sector report 2003: e-government at the crossroads*. Nova York: United Nations – Department of Economic and Social Affairs, Division for Public Administration and Development Management, 2003.
- NERI, Natuza; SADI, Andréia. Governo vai montar ‘gabinete digital’ para as redes sociais. *Folha de São Paulo*. Brasília, 23 de julho de 2013. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1315203-governo-vai-montar-gabinete-digital-para-as-redes-sociais.shtml>> Acesso em 10 jan. 2014. 10:00.
- NOGUEIRA, Juliana e CASTRO, Carlos Potiara. "Internet, Democracia e Comunicação de Governo. Análise do Conteúdo da Página do Facebook do Portal Brasil da Presidência da República". In *Revista de Estudos da Comunicação (PUCPR)*. Volume 15, numero 37, 2014.
- O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0*, 2006 <<http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=5>> Acesso em 15 jan. 2014. 19:00.
- OLIVEIRA, Daniela F. *Redes Sociais na Gestão Pública*. Aula ministrada via internet como curso do Comunique-se em 21 de março de 2013.
- OLIVEIRA, Santiago; et all. O perfil dos manifestantes no Facebook. *Estudo do SCUP*. 28 jun. 2013. Disponível em: <<http://ideas.scup.com/pt/o-monitor/o-perfil-dos-manifestantes-no-facebook/>> . Acesso em 20 dez. 2013. 13:00.

PAIVA, Nayara Shelly Gama. *Planejamento Estratégico para as mídias sociais: o uso das novas mídias como ferramenta das relações públicas*. (Bacharel)-Universidade Federal do Maranhão. São Luís, 2010

PATEMAN, Carole. *Participação e teoria democrática*. 1ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

RECUERO, Raquel. *As redes sociais na internet*. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2009

SAMPAIO, R. C. *Participação e Deliberação na internet: um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte*. (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós- humano. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, no 22, dez. 2003.

SILVA, S. P. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras. *Revista Opinião Pública*, Campinas, Vol. XI, no 2, p. 450-468, out.2005.