
Comunicação Pública no Ambiente Digital: análise da interação na página do Ministério da Educação, na rede social *Facebook* (2015) ¹

Jozene Noal de OLIVEIRA²

Jean Carlo D. CALEGARI³

Jaqueline Quincozes KEGLER⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar as publicações feitas na página do *facebook* do Ministério da Educação, a partir do cruzamento entre os princípios da cibercultura e comunicação pública. Através da observação dos conteúdos durante o período de um dia, 27/11/2015, será possível avaliar não só o uso da plataforma como disseminadora de conteúdo, mas também como uma possibilitadora de diálogo entre a instituição e seus públicos. Para tal embasamento teórico e analítico, utilizou-se as obras dos autores: Hohlfeldt (2011), Duarte (2007) e Lemos (2010). O resultado da combinação entre o reforço do papel da instituição e presença no meio digital, revelam possibilitar a circulação da informação. Compreende-se que a internet ajudou a aperfeiçoar os mecanismos de diálogo requisitados pela comunicação pública e o uso das redes sociais, facilitou o acesso à informação de caráter público.

Palavras-Chave: Comunicação Pública; Facebook; Informação; Interação; Mídias Digitais.

Introdução

A comunicação, enquanto campo científico, é um território de discussões sociais e acadêmicas, e seu principal objetivo é transmitir mensagens de cunho relevante a seus nichos específicos para promover o debate e interesse público, alcançando assim o que se define como comunicação (WOLTON, 2010). Não distante a essa definição, a comunicação pública, apresenta-se de forma neutra e deve procurar facilitar o acesso a conteúdos de caráter público garantindo que o interesse social seja prevaletido. Para isso, segundo Jorge Duarte (2007), ela deve garantir que a comunicação seja exercida

¹ Trabalho apresentado no DT 3- Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação do 7º semestre de Comunicação Social - Relações Públicas pela UFSM/ Santa Maria. Bolsista da Pró-Reitoria de Extensão (PRE) e Pesquisadora voluntária no Grupo de Pesquisa "Consumo e Culturas Digitais" do POSCOM/UFSM, coordenado pela Profa. Dra. Sandra Rúbia da Silva, ambos da UFSM, email: jozenenoal@gmail.com.

³ Estudante de Graduação do 7º semestre de Comunicação Social - Relações Públicas pela UFSM/Santa Maria. Bolsista do Programa de Educação Tutorial - Comunicação Social (PETCom).

⁴ Orientadora do trabalho Professora adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela UFSM. Mestre em Comunicação Midiática pela UFSM. Doutora em Extensão Rural pela UFSM e Tutora do PET Comunicação Social da UFSM.

institucionalmente de forma maior que apenas uma informação específica. É importante tornar clara a institucionalização das ações públicas através de um posicionamento para a sociedade. Ir além de apresentar informações específicas e legitimar suas ações através da justificativa da inserção da comunicação pública no ambiente social digital. Apresentaremos durante o texto definições refletidas por Kegler (2010) a respeito da institucionalidade e da legitimidade, feitas a partir de Berger e Luckmann (1985).

Estando na era digital, a comunicação pública possui diversos mecanismos que facilitam o acesso da população a conteúdos que lhes competem. As novas formas de interação social através das redes sociais digitais abrem espaço para diferentes tipos de discursos e de debates, como afirma Kegler (2010),

Nos cabe fazer um parêntese em relação às novas formas de interação social que não exigem tempo e espaço comum, pois consideramos possíveis essas tipificações e inexistência desse anonimato em interações que não são face a face, trata-se de uma evolução na comunicação e tecnologias que proporcionam esse novo contexto. (KEGLER, 2010, p. 05)

Aproveitar estes espaços de interação por meio das novas tecnologia é garantir a inserção da comunicação pública de forma estratégica nos espaços que por ela devem se explorados. Esse acesso possibilita que a comunicação pública possa atingir alguns de seus públicos, porém compreendemos que não são todos que têm acesso as redes digitais e por isso tomamos o cuidado em não generalizar. Desse modo, a internet, em especial, as redes sociais, “colocam a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo” (DUARTE, 2007, p. 61).

Em função desses dois principais ramos, este ensaio sugere o cruzamento entre as teorias de comunicação pública, apresentada por Antonio Hohlfeldt (2011) e Jorge Duarte (2007), e as teorias da cibercultura, apresentadas por André Lemos (2010). Dividido em três seções, este artigo trabalha: na primeira a apresentação da comunicação pública como base para relacionamento entre interesse público e informação; na segunda seção, as mídias digitais e a conceituação de cibercultura como uma possibilidade de recombinações sociais; e na terceira, a análise da presença digital do Ministério da Educação, no *facebook*, e uma proposta de cruzamento de princípios.

1. Comunicação Pública

A comunicação pública deve subsidiar ações que visem a garantia do interesse público, que, por sua vez, é o maior bem intrínseco à uma sociedade, e, para que isso tenha uma legitimidade, sua organização e sua execução devem ser constituídas com o intuito de garantir o interesse comum. É por meio desta garantia que a legitimação,

Complementa e sustenta o processo de institucionalização, pois o mundo institucionalizado precisa de meios de justificação e explicação, tendo em vista que o significado inicial das instituições é inacessível aos novos membros em termos de memória. Por isso, é necessário interpretar os significados institucionais de diversas formas legitimadoras. (KEGLER, 2010, p. 07).

Garantir o acesso a informação pública, também, pelos canais digitais é legimitar o processo de responsabilidade do Estado para com a sociedade. Deste modo, para a consolidação desse processo, a linguagem traduzida em diálogo, é um instrumento fundamental nesse processo, “pois assegura a superposição da lógica sobre o mundo social objetivado e o cumprimento da função da legitimação: tornar objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações de primeira ordem que foram institucionalizadas” (KEGLER, 2010, p.07). No Brasil, a construção do conceito de comunicação pública, ainda se dá basicamente no meio prático da profissão, visto que se faz necessário “informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO, 2007, p. 8). A fim de propor uma organização fluída, somos predispostos a obedecer regras, ter competências, estar dentro de uma hierarquia. Com intenção de que isso aconteça, se faz necessária a presença do processo de comunicação entre Estado e cidadão, para que assim funcione com o objetivo de informar, chamando a atenção e cativando.

Há muito é discutido em diversos campos da academia os conceitos os quais regem o interesse público. Segundo Brandão (2007), a comunicação pública ainda é um processo em construção, entretanto, é de dever ressaltar que os avanços obtidos nessa área são de intensa mudança. Hohlfeldt afirma que “o interesse público traduz, em última análise uma abrangência a mais larga e variada possível, para incluir o maior número de interessados ou que venham a se interessar” (2011, p. 231). A sociedade depende da dinâmica de comunicação de todas as organizações, isto é, a micropolítica, por exemplo, contempla àquelas organizações cujos públicos são mais definidos e sua estratégia mais localizada; já a macropolítica, corresponde ao Estado, o qual necessita

de uma estratégia mais aberta com o objetivo de que assim se consiga abranger o maior número de grupos sociais da sociedade.

A fim de que a hierarquia ocorra são necessárias "três condições básicas: poder, autoridade e legitimidade" (HOHLFELDT, 2011, p. 232). Essas condições são os pilares que sustentam a organização. Com o propósito de que a autoridade consiga se efetivar e ter poder, é necessário que sua causa seja legitimada, ou seja, o poder "passa em primeiro lugar, pelo reconhecimento, da parte dos outros, da legitimidade dessa pretensão - de poder - o que gerará a autoridade", afirma Hohlfeldt (2011, p. 232) baseando-se em Pierre Bourdieu (2000). Uma organização bem estruturada com sua legitimidade reconhecida terá capacidade de desenvolver-se e efetivar-se para que possa receber um retorno a partir de suas ações.

Todas as organizações tem um desafio que precisa ser cumprido: disseminar o conteúdo que ela possui e fazer que ele circule com coesão dentro e fora da empresa, desse modo, será construída a matéria prima fundamental para a dinâmica da instituição. A partir da diferença entre a organização do Estado e a privada, há a necessidade de delinear seus públicos, como exemplo, interesses comuns dentro de um grupo social, ou ainda, "um grupo amorfo, elementar e espontâneo, cujos membros se empenham em interação antagônica a fim de chegar, pela discussão de um problema de interesse comum, à unidade e à decisão" (WILLEMS, 1950, p. 124 *apud* HOHLFELD, 2011 p. 232). A organização pública, exige a necessidade de formular políticas públicas, que muitas vezes são enfrentadas como desafios.

Diante disso resta-nos questionar: porque todas as ações realizadas pelo Estado passam por diversos desafios? O Estado "só pode realizar, por meio de seus agentes, aquilo que lhe é específica e explicitamente permitido" (HOHLFELDT, 2011, p. 235). Cabe ao profissional de Relações Públicas, por exemplo, interpretar os interesses da sociedade e a partir disso traçar uma linha entre o que é permitido e o que é necessário. De forma que seja possível obter resultados promissores sem precisar passar por bloqueios e ainda conseguir informar e cativar os públicos de interesse da organização.

É imprescindível que as organizações saibam dar legitimidade às suas autoridades, para que elas tenham reconhecimento e, através do poder, consigam efetivar as ações que serão destinadas a um público específico. Como afirma Kegler (2010) "a socialização entre indivíduos através de interações é continuamente e amplamente incompleta, são processos circulares na procura da conservação de certa

simetria entre a realidade objetiva e a realidade subjetiva” (2010, p.07) ou seja, é um longo processo até se cativar os públicos de interesse da organização e conseguir entrar em um processo circular de procura e diálogo.

1.1 Comunicação pública e informação

A comunicação pública pode se caracterizar "como um ethos, uma postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania" (DUARTE, 2007, p. 60). Partindo desse princípio, somos capazes de entender ser necessário que a comunicação pública saiba promover a interação e a participação ativa dos cidadãos. Atendendo, assim, aos seus direitos e necessidades, com o intuito de que todos saibam o melhor meio possível para fazer uso do que lhes é assegurado pela lei.

Especifica-se como comunicação pública o processo onde coloca-se o cidadão como fonte e recepção da informação, logo, não é apenas atribuído a ele o papel exclusivo de receptor, visto que também é produtor, criando-se assim o canal de diálogo. Vale lembrar que quando é dado ao cidadão o direito pleno da cidadania, como o diálogo, ele não estará sendo visto como apenas um consumidor, eleitor ou usuário, passando a ter outras faces também. A comunicação pública não deve ser trabalhada em prol do desenvolvimento da organização, mas, principalmente, de toda a sociedade que necessita de apoio e amparo informacional. Quando uma organização pública estrutura a sua comunicação ela é capaz de desenvolver-se e efetivar-se para que possa receber um retorno a partir de suas ações, Duarte (2007) reflete afirmando que “praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas” (2007, p. 61).

A informação "produz conhecimento, modifica o estoque mental de informações no indivíduo e traz benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que vive" (BARRETO, 2006, p. 3 *apud* DUARTE, 2007, p. 62). Desse modo, a comunicação pública é responsável não apenas por possibilitar o acesso a informação, mas sim fazer com que o cidadão entenda o porque de estar recebendo aquela informação. Poder dialogar com a sociedade é tão importante quanto informá-la de seus direitos e deveres. É essencial que a organização pública saiba cativar o seu público, que são os cidadãos, afim de gerar conhecimento e interatividade. Um dos meios de exercício de comunicação que visa trazer em pauta a interação com o público

é a informação. Para a comunicação pública, a informação poderia ser, segundo Duarte (2007), agrupada em sete categorias sendo elas: institucionais; de gestão; de utilidade pública; de interesse privado; mercadológicas; de prestação de contas e de dados públicos.

1.2 Instrumentos de comunicação Pública

Os instrumentos de comunicação podem ser divididos em dois módulos: instrumentos de informação e instrumentos de diálogo; aquele, destaca-se pela disposição e fornecimento dos dados da organização, uma vez que feito isso, disponibiliza-se conteúdos sobre algum assunto específico que ajudada a ampliar conhecimentos. Pode ser citado como exemplo, noticiários de imprensa, relatórios, cartazes, banco de dados, entre outros.

Os instrumentos de diálogo têm como objetivo munir o cidadão de canais que a ele seja competido o poder da interação com a informação. Vale ressaltar que estão incluídos os canais de informação informais, troca de ideias; rodas de conversa; já que estes também “estimulam o exercício da cidadania ativa e a viabilização da mudança em benefício do interesse comum” (DUARTE, 2007, p. 65). Na análise dos dois módulos é interessante lembrar que a comunicação pública “deve ser compreendida com um sentido mais amplo dar informação” (DUARTE, 2007, p. 64) pois, para o exercício da cidadania, o cidadão deve ter a plena possibilidade de acessá-la, mesmo as informações que ele não busca por não saber que existe.

Cabe a administração pública ser capaz de gerir e explorar os diversos instrumentos da comunicação com o intuito de atingir toda sociedade brasileira considerando as mais diversas possibilidades de acesso. Dessa forma, é necessário ter atenção ao atuar na comunicação pública. O profissional atuante precisa ter responsabilidade para gerir as demandas dos cidadãos. Através das concepções sobre informação e comunicação é compreensível que na comunicação pública não se pode apenas informar, mas sim ir além e interagir com os cidadão.

Para que o diálogo ocorra é imprescindível que a comunicação pública explore todos os instrumentos de comunicação e saiba mediar a disponibilidade de conteúdo levando em conta a disparidade de acesso presente na sociedade brasileira. Mas, o interesse de interagir deve partir só do governo? Não. É necessário que o cidadão

busque as informações que a comunicação pública dispõe, pois é através dessa integração que será adquirido o conhecimento.

2. Mídias Digitais

A internet não é apenas uma simples tecnologia de comunicação, mas um centro de disseminação cultural, uma vez que todos os que a ela acessam podem criar e reconfigurar conteúdos. Sérgio Amadeu da Silveira destaca a cibercultura como sendo "o conjunto de práticas sociais e comunicacionais de recombinação" (2008, p.85). Se antes os meios de comunicação em massa formavam opiniões diversas e essas ficavam apenas para si, hoje com a globalização da rede, as opiniões são expostas, e, por outros usuários são concordadas e discordadas. Sendo assim, sem dúvidas, passamos do posto de consumidores de mídia, para, além disso, também ocuparmos o cargo de produtores. A comunicação é imprescindível para criar e gerir ações estratégicas e organizacionais que tem como fim dar subsídio as necessidades que, no caso das organizações públicas, cabem ao cidadão.

Três princípios básicos estabelecidos por Lemos (2010) são fundamentais para a sociedade em rede: a liberação do pólo da emissão; a conexão em rede; e a recombinação da própria sociedade. Como afirma Oliveira (2017) “com a vasta popularização da rede, os canais de relacionamento, como por exemplo, as redes sociais, criam uma sociedade capaz de criar seu próprio conteúdo e disseminá-lo pelo mundo” (2017, p. 04), esse é considerado o primeiro princípio básico das novas leis da cibercultura. Entretanto, segundo reflexões de Oliveira (2017) será ineficaz produzir conteúdos, utilizando-se das plataformas disponíveis, caso a conexão em rede não esteja estabelecida. Para a segunda lei sugerida por Lemos (2010), essa conexão seria fundamental, uma vez que só haveria a disseminação do conteúdo se o mesmo esteja conectado à rede. Especificando a terceira lei, é dito que toda essa mudança de emissão da informação criará uma nova sociedade, um novo grupo capaz de interagir com as opiniões expressas dentro da rede.

A evolução do processo comunicativo da sociedade baseia-se fundamentalmente nas leis sugeridas pelo professor André Lemos (2010). Com base em Oliveira (2017),

A qualquer momento podemos acessar qualquer conteúdo, desde que haja a disponibilidade de rede, sendo assim a internet passa a movimentar informações em mão-dupla, ou seja, o que antes apenas a

sociedade recebia de informação e na própria sociedade a opiniões circulavam, hoje, a internet abre a possibilidade de discussão: o que recebemos através das mídias tradicionais, podemos rebater imediatamente nas mídias digitais da internet. (OLIVEIRA, 2017, p. 04-05).

Essa abertura gerada pelas redes é capaz de garantir o diálogo que a comunicação pública busca. Através da interação com o cidadão é possível garantir o sucesso em todas ações organizadas pelo Estado.

3. Proposta de cruzamento entre os princípios da cibercultura com as características da comunicação pública.

A página do Ministério da Educação no *facebook*⁵ é uma plataforma com a qual é disseminado conteúdos referentes à assuntos públicos envolvendo a educação por completo. A página possui 1.870.232 curtidas⁶ e apresenta vínculo com *twitter*⁷, *instagram*⁸ e *youtube*⁹ (todas publicações nessas outras redes estão também publicadas na página do facebook) e redirecionamento para o site¹⁰. A partir da análise do dia 27/11/2015, observou-se que as quatro publicações feitas durante o dia nos horários 10:17h; 15:03h; 18:49h; 19:33h; traziam conteúdos de utilidade pública. As quatro publicações geraram um total de 1676 curtidas, 574 compartilhamentos e cerca de 250 comentários.

⁵ Facebook.com/ministeriodaeducacao.

⁶ Dados referentes ao dia 29/11/2015.

⁷ @MEC_Comunicacao.

⁸ @mineducacao.

⁹ Ministério da Educação.

¹⁰ mec.gov.br.

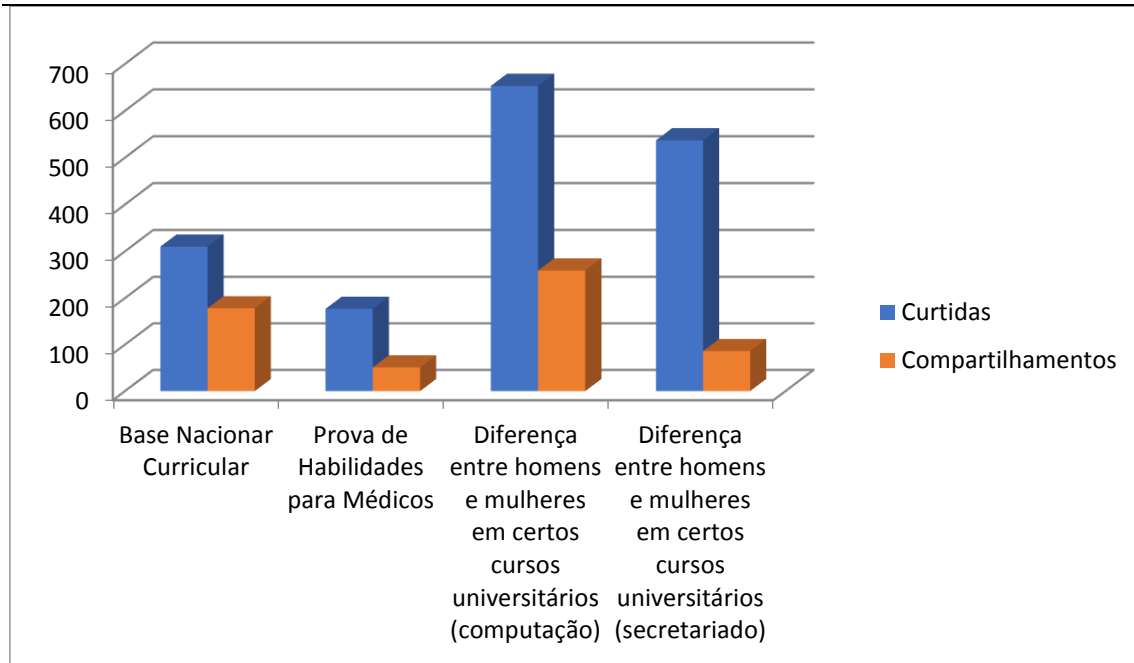


Figura 1: Gráfico representativo do engajamento do público do MEC

Liberação do polo da emissão: Com a liberação do polo de emissão é possível não só consumir, mas também produzir, ou seja, a comunicação pública através de seus meios de interação propicia que o cidadão não seja apenas um leitor passivo de conteúdo, mas sim, um produtor crítico que pode interagir. No momento em que o Ministério da Educação produz conteúdo em sua página, os públicos por ela atingidos também poderão produzir respostas àquelas publicações. A visualização e a facilidade do cumprimento dos princípios regidos pela comunicação pública, como o diálogo e a informação, se tornam mais práticos, uma vez que, quando abertos canais de interação, como o *facebook*, simplificam o exercício da comunicação pública, e indiretamente entram em consonância com a liberação do polo da emissão. Pois, como apresentado na seção anterior, a liberação do polo da emissão, não só se remete à informações providas da organização, como também, providas da sociedade.

Baseando-se no exemplo da publicação abaixo do dia 27/11/2015, é possível perceber que a organização entra em contato com o cidadão através de um assunto de utilidade pública. Com base na informação fornecida os cidadãos formulam suas opiniões e interagem com a publicação e dessa forma têm-se a liberação de ambos pólos de emissão.



Figura 2: Publicação do dia 27/11/2015 da página do MEC

Conexão em rede: Como a liberação do polo de emissão é garantida a todos, isto é, não é apenas um cidadão que pode produzir conteúdo e sim uma rede de cidadãos, ou seja, um conjunto de opiniões críticas, tanto do estado quanto da sociedade, podem se efetivar a partir da conexão em rede. A Comunicação Pública, não só deve informar, como também deve atingir seus variados públicos, afinal a CP deve tocar todos os cidadãos envolvidos nesse nicho, já que estes são os seus reais e principais consumidores. A adaptação de uma organização, como o MEC, ao ambiente digital, como o *facebook*, não só oportuna aos indivíduos a conexão em rede à um ponto central, como também favorece a disseminação do conteúdo a ser compartilhado por ela, para que seja possível atingir um determinado número de pessoas que são capazes de potencializar e alavancar as publicações produzidas.

Baseando-se nos exemplos das publicações abaixo referentes ao dia 27/11/2015, é notável que a organização instiga o leitor a debater sobre um determinado tema. A partir do estímulo da organização, uma onda de comentários, curtidas e compartilhamentos é formada, garantindo assim uma conexão em rede onde diversos usuários podem se engajar. Entendemos que quando ocorre um feedback dos cidadãos sobre as publicações do Ministério da Educação, é porque há uma interação da sociedade em rede com a organização.



POR QUE HÁ MAIS MULHERES QUE HOMENS NOS CURSOS DE SECRETARIADO E TRABALHOS DE ESCRITÓRIO? VAMOS DEBATER!

90%

10%

mec.gov.br

MEC Ministério da Educação
Página curtida · 27 de novembro ·

Entrando na Campanha mundial #16dias de ativismo pelo fim da violência contra as mulheres (<http://goo.gl/D429TL>), queremos discutir o porquê da diferença entre homens e mulheres em certos cursos universitários.

Segundo o Censo da Educação Superior do Inep, nos cursos de secretariado e trabalhos de escritório, as mulheres representam 90% das matrículas.

Deixe sua opinião e vamos entender o que leva a essa diferença ↴

Curtir · Comentar · Compartilhar

537 pessoas curtiram isso. Principais comentários

86 compartilhamentos

Louise Paola Fantástico o debate proposto!
Curtir · Responder · 8 · 27 de novembro às 19:45

Nemorio Alves Interessante como ninguém ainda tocou no assunto relacionado a gênero. Historicamente profissões como a enfermagem foram sempre ligadas as mulheres, pq eram elas que faziam caridade e cuidavam dos

Escreva um comentário...

Figura 3: Publicação do dia 27/11/2015 da página do MEC



Figura 4: Publicação do dia 27/11/2015 da página do MEC

Recombinação da própria sociedade: É através da junção entre liberação do polo de emissão e da conexão em rede, que a sociedade começa a se recombinar. Várias participações começam a se tornar cada vez mais ativas e assim têm-se a formação de um círculo de interações que se relacionam com toda a sociedade. A Comunicação Pública via internet pode ser considerada como um expoente exemplo da própria recombinação social, uma vez que ela “altere” a sociedade ligada a esta ferramenta. A recombinação poderia ser atrelada ao fato do diálogo ser estabelecido quando a organização exerce sua presença digital, pois nesse meio há espaço para diversas opiniões, as quais poderão fazer parte da mudança de conceitos. Desse modo, pode ser avaliado como o cumprimento do seu objetivo: facilitar o acesso à debates de assuntos envolvendo às mudanças sociais. Quando o MEC disponibiliza conteúdo, ele oferece seu espaço no ambiente digital como plataforma de diálogo e debate promovendo a recombinação da própria sociedade perante assuntos de interesse público.

Dessa forma, baseando-se no exemplo da publicação abaixo referente ao dia 27/11/2015, entende-se que a organização disponibiliza espaço para que o próprio cidadão crie conteúdo possibilitando uma possível reconfiguração da sociedade através da ação colaborativa de opinião. A organização governamental por meio destes moldes, é capaz de atender aos requisitos da comunicação pública incentivando o diálogo e

garantindo o direito à informação.



Figura 5: Publicação em vídeo do dia 27/11/2015 na página do MEC

Considerações Finais

A comunicação pública é uma das esferas da comunicação que sempre seguirá o conceito, no qual sua utilização sempre será em prol dos outros, e nunca de caráter autoassistente, uma vez que ela gerará conteúdo de interesse público. A internet, por sua vez, facilitou o acesso à informação e ajudou a aperfeiçoar os mecanismos de diálogo requisitados pela comunicação pública. Uma vez que sejamos a sociedade da informação, a cultura da conexão vendida no atual momento do fenômeno “pós-massivo”, remete somente à conexão em rede. Todavia, é importante ressaltar que a comunicação pública deve abster-se dessa proposição, e valer-se que a internet e as redes sociais são apenas um dos inúmeros canais que ela deve possuir.

Após a proposta de cruzamento feita a partir dos princípios apresentados por André Lemos (2010) e Jorge Duarte (2007), em detrimento da análise à página do *facebook* do Ministério da Educação, verificou-se que o uso da internet, principalmente das redes sociais, facilitou de fato o acesso à informação de caráter público. Pode ser observada na página, que as publicações, em sua maior parte, revelam compromissos com a responsabilidade social e utilidade pública, algumas das categorias citadas por Duarte (2007). O resultado da combinação entre o reforço do papel da instituição e

presença no meio digital, revelam maiores chances da circulação da informação. Entretanto pôde ser notado a presença de uma recepção negativa por uma parcela da população, uma vez que as informações ainda sejam interpretadas como caráter político.

Ao entrar em contato com a produção deste ensaio é possível perceber que a comunicação pública trabalha sim em prol do desenvolvimento da sociedade e, além disso, trabalha com qualidade. Em referência ao site abordado nesse artigo, a comunicação pública age de forma eficaz garantindo a atualização e a inovação em todas publicações. Informando e atendendo as necessidades da população o site consegue abranger as esferas do interesse público.

Referências:

BERGER, Peter & L LUCKHMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis, Vozes, 1985.

BRANDÃO, Elizabeth P. **Conceitos de Comunicação Pública**. In: DUARTE, Jorge (Org). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, SP: Editora Atlas S. A., 2007. P. 1-13.

DUARTE, Jorge. **Instrumentos de comunicação pública**. Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público / Jorge Duarte, organizador. São Paulo: Atlas, 2007.

HOHLFELDT, Antonio. Comunicação Pública: os diferentes sentidos do interesse público. In: KUNSCH, Margarida. **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

KEGLER, Jaqueline Quincozes S.. **Institucionalização e Legitimação**: pressupostos para a perspectiva da Cultura em Relações Públicas e Comunicação Organizacional. In: XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2010, Novo Hamburgo/RS. Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2010.

LEMOS, A. **Cibercultura como território recombinante**. In: TRIVINHO, E., CAZELOTO, E. (orgs). A cibercultura e seu espelho. SP: Abciber/Itaú Cultural, 2010. Disponível em: <http://www.colartedigital.art.br/?p=114>

OLIVEIRA, Jozene Noal de. . **YouTube como fonte de conhecimento**: Análise sobre como o *YouTube* auxilia na construção da vida profissional e na desintermediação das práticas em grupos de camada popular. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba - PR. Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2017.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Cibercultura, commons e feudalismo informacional**. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008, p. 85-90.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.