



Redes Sociais e Comunicação Pública na Sociedade Digital – Intersecções possíveis para democratização da informação ¹

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena ²

Resumo: Este artigo defende que as redes sociais on-line e a Comunicação Pública (CP) apresentam intersecções importantes no que tange ao favorecimento da democratização da informação na sociedade digital. Preceitos básicos como coletividade, diálogo, democracia e transparência estão presentes na CP, assim como são vastamente utilizados no Ciberespaço e, mais particularmente, podem o ser nas Redes Sociais digitais. Tais cruzamentos podem ser valiosos para promoção de uma informação mais democratizada, mais próxima do cidadão/usuário e, conseqüentemente, com mais potencial de transformação, tratando-se de um contexto irreversível de convivência que é a sociedade digital.

Palavras-chave: Redes Sociais; Ciberespaço; Comunicação Pública; Sociedade Digital.

¹ Artigo enviado na modalidade XXXXXXXXXXXX

² Mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Pesquisadora do CiberJor/UFMS. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica Dom Bosco. E-mail: karitaemanuelle@yahoo.com.br.

1 INTRODUÇÃO

Campo de conhecimento transdisciplinar, a Comunicação intersecciona com diferentes campos científicos do saber. Embora distintos, mesmo temas inerentes à ciência da comunicação mantêm ligações diretas. Este artigo visa a contribuir com os estudos que interligam o fenômeno da comunicação tecnologicamente mediada por computador à Comunicação Pública (CP), analisando o favorecimento de conceitos como cidadania, democracia, diálogo e interação, que podem ser propiciados na intersecção das duas grandes temáticas, especialmente no que se refere a Redes Sociais on-line e à CP.

Enquanto as redes sociais ocupam cada vez mais espaço na sociedade, a Comunicação Pública objetiva justamente aproximação e diálogo, interação e democratização da informação. A aliança entre uso de redes sociais na CP é, então, uma alternativa viável para contribuir com a cidadania e implementação de conceitos que surgem como a e-democracia?

2 O CIDADÃO E O CIBERESPAÇO

Para dar subsídio a resposta, que entendemos deva ser positiva, apresentamos inicialmente os números Pesquisa Brasileira de Mídia 2015³ sobre o uso da Internet e das Redes Sociais no País. Segundo os dados, quase a metade dos brasileiros, 48% usa a Internet. Os usuários das novas mídias ficam conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana, valores superiores aos obtidos pela televisão.

³ Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 - HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (BRASIL, Presidência da República)

Segundo a Pesquisa, a importância crescente e a penetração das chamadas novas mídias na sociedade ficam claras quando se analisam os dados da pergunta sobre qual meio de comunicação o entrevistado utiliza mais. Os dados mostram que a Internet foi apontada por 42% dos brasileiros como meio mais utilizado (1º + 2º + 3º lugares), ficando atrás, nesse critério, apenas da televisão (93%) e, por uma pequena diferença, do rádio, que atingiu 46% (BRASIL, 2015, p. 49)).

Mas, uma vez conectado, o que esse usuário busca? Segundo a PBM 2015, buscam, principalmente, informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações de um modo geral.

As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) assumem cada vez mais um papel determinante para definir quem possui ou não acesso fácil a informação, que pode também ser a informação de interesse público, divulgada pelos entes que têm a função de prestar serviços ao cidadão.

Segundo a PBM, as características sociodemográficas da população têm um grande impacto no uso da Internet, principalmente se comparada aos outros meios de comunicação. “Renda e escolaridade criam um hiato digital entre quem é um cidadão conectado e quem não é” (BRASIL, 2015, p. 49).

Ainda assim, apesar do alta incidência de cidadãos conectados e as pesquisas apontarem que entre os principais interesses está a busca por informações, o ciberespaço não tem sido utilizado em toda a sua potencialidade para a democratização da informação de interesse público. A situação é explicitada pelos próprios pesquisadores da PBM.

É baixo o contato direto entre o cidadão e governos ou instituições públicas. Apenas 25% dos usuários entraram em contato por e-mail, formulários eletrônicos, chats, redes sociais, fóruns de discussão ou de consultas públicas nos últimos 12 meses. (BRASIL, 2015, p. 51)

A realidade fica ainda mais patente quando voltamos os olhos aos dados sobre o conhecimento e acesso da população aos três portais públicos na Web do governo federal: Portal Brasil, site do Palácio do Planalto e o Blog do Planalto.

Desses, o Portal Brasil é o mais conhecido pelos internautas (17%), seguido do site do Palácio do Planalto (13%) e do Blog do Planalto (9%). Considerando apenas os entrevistados que afirmaram conhecer os endereços virtuais, 29% já acessaram o Portal Brasil, 24%, o site do Palácio do Planalto e 24%, o Blog do Planalto. (BRASIL, 2015, p. 131).

Mas, patenteadas as potencialidades de uso dos cibermeios na comunicação pública para favorecer o acesso a informações, iremos apresentar as intersecções de finalidades existentes entre o ciberespaço e a CP.

3 O CIBERESPAÇO E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Para Lévy (1998), o ciberespaço propicia um modelo de comunicação revolucionário, chamado de “todos para todos”. Diferentemente dos meios tradicionais como a imprensa, o rádio e a televisão, ou do correio e do telefone, nos cibermeios são combinadas vantagens dos canais antecessores, propiciando interação entre todos que dela se utilizam. Na “rede” todos podem ser emissores e receptores, simultaneamente.

O modelo “todos para todos” é um dos principais agentes transformadores das formas de linguagem que se pode encontrar no ciberespaço. Isso pode ser atribuído à descentralização de poder que o formato propicia. Lévy (1998) acredita que “o surgimento do ciberespaço cria uma situação de desintermediação, cujas implicações políticas e culturais ainda não terminamos de avaliar”.

A Comunicação Pública tem sua conceituação intimamente ligada ao interesse coletivo e, junto a isso, à noção de cidadania, transparência e ética. Para Duarte ([201-?], p.3), a existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.

“Considerar o ponto de vista do cidadão, estabelecer a comunicação como via de mão dupla e a prática da democratização da informação são princípios básicos da

comunicação pública”, Rothberg e Liberato (2011, p. 232). Os autores, nesse trecho, apresentam finalidades da CP que bem poderiam ser também as do ciberespaço.

Segundo Gil e Matos (2012, p.102), “na comunicação pública, não está em jogo simplesmente uma relação entre governo e povo, mas entre Estado e sociedade. E é por isso que ela está inteiramente inserida no processo de democratização”.

Como a democratização é um forte mote do ciberespaço, temos estabelecido um claro cruzamento. Para Lévy (1998), o pluralismo de vozes que a Web propicia com a interatividade é uma condição para que outras vozes, as “minoritárias, opositoras ou divergentes”, também possam ter espaço.

Assim, o ciberespaço assume uma conceituação de ambiente democrático, mas também anárquico, onde todos têm a chance de falar o que quiser. Tal posição de espaço plural e interativo mantém relação direta com os objetivos da Comunicação Pública, que necessita desses valores para sua efetivação, combinando objetivos com possibilidades de usos.

Em Nascimento (2012) vemos que “a comunicação pública precisa da participação da sociedade e de seus segmentos, não como receptores da comunicação do governo, mas como produtores ativos” (p. 203).

Alinhados ao pensamento de que o ciberespaço e a Comunicação Pública interseccionam finalidades precípuas e podem manter uma relação de mútuas vantagens, na qual o principal beneficiado é o cidadão, vamos encontrar diversos autores que ressaltam as vantagens da combinação do ciberespaço e a CP. É o que vemos com Rothberg (2008, p. 150), que defende que os mecanismos de participação democrática proporcionados pelas novas tecnologias representam a “possibilidade de alargamento do espaço público”, além da “inserção organizada de setores diversos nos processos de definição de políticas públicas”.

O autor aponta que, ainda que possa ser limitado o potencial de ampliação do nível de informação política dos cidadãos, devido a fatores como desinteresse, a

Internet, sem dúvida, fornece “oportunidades decisivas para aqueles que estiverem dispostos ou forem incentivados a se engajar civicamente”:

Seja na forma de uma atuação positiva sobre a formação da consciência política ou servindo como fonte inesgotável de entretenimento evasivo, as possibilidades de uso da internet e seu potencial papel de fortalecimento de capital social e engajamento cívico figuram como objeto de estudo relevante, especialmente nos casos em que a utilização da internet ocorre como forma de mediação voltada para fazer dela um instrumento de comunicação efetiva em duas vias, na forma de redes criadas e mantidas pelas instituições democráticas formais.(ROTHBERG, 2008, p. 152)

Assim, já que o ciberespaço oferece possibilidades reais de fomento da comunicação pública, cruzando finalidades e interesses, apresentamos as redes sociais como possibilidade de assumir papel de ponto nevrálgico das intersecções estabelecidas entre o papel da Comunicação Pública e as potencialidades oferecidas pelos cibermeios.

4 AS REDES SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Assim como ocorre com outros canais, as redes sociais podem ser encaradas como um desenvolvimento do que já existia fora do ciberespaço. Para Almeida, Baptista e Soares (2003, p.76), as redes sociais seriam uma versão atualizada das socializações que sempre ocorreram sem a mediação do computador.

O termo redes sociais tem sido amplamente utilizado para delimitar as interações sociais realizadas no âmbito da internet, mas pouco destaque é dado ao fato de que as redes sociais já existiam em uma plataforma off-line, ou seja, mediante outros aparatos de relacionamento interpessoal ou intergrupar, sendo a diferença o fato de que antes não eram mediados por tecnologia e tinham um poder de alcance mais limitado, além de uma lentidão na sua propagação, sem registros formais. (ALMEIDA, BAPTISTA e SOARES, 2003, p.76).

Segundo Recuero (2009, p.17), o estudo da sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudança que permeia a ciência durante todo o século XX, não sendo exatamente algo novo. Porém, segundo a autora, foi o surgimento da possibilidade de estudo das interações e conversações através dos

rastros deixados na Internet que dá novo fôlego à perspectiva de pesquisa de redes sociais, a partir do início da década de 90.

Para Ribeiro (2012, p. 149), as redes sociais não podem ser desprezadas quando se busca um entendimento mais profundo sobre a Web e as conseqüentes alterações nos procedimentos comunicacionais. “É importante passar por conceitos relacionados a mídias sociais e redes sociais, ferramentas que estão em efervescência na atualidade e que são os locais por onde circulam grande parte das informações no meio digital”.

Como sabemos, para as organizações, o uso das redes sociais é uma experiência relativamente nova, que ainda gera questionamentos e exige reflexão. No entanto, ainda que recente, o uso das redes sociais tem sido feito largamente tanto por instituições públicas quanto privadas, com diferentes focos e formas de atuação.

Duarte [201-?] antecipa que as redes sociais online também configuram-se como importantes ferramentas de desenvolvimento de uma comunicação mais avançada, particularmente no que afeta à comunicação pública e aos valores que ela deve atender.

A comunicação diz respeito à criação de formas de acesso e participação; à ampliação de redes sociais que permitam maior ligação entre os agentes públicos, os grupos de interesse e o cidadão. O estímulo à controvérsia, ao debate, ao confronto de opiniões, à consciência e exercício da cidadania, é apenas parte da pedagogia que busca compreensão, entendimento, satisfação e avanço no estabelecimento do interesse social. As possibilidades de aprimoramento da comunicação são extraordinárias. (DUARTE, [201-?], p. 5).

Assim sendo, o uso das redes na comunicação pública é de fundamental importância e não pode ser negligenciado, tampouco subutilizado ou desvirtuado de seu foco. Para Duarte [201-?], “é obrigação dos agentes públicos, em particular dos profissionais de comunicação, encontrar as maneiras adequadas de fazer a informação circular e chegar aos interessados” (p. 5). E as redes sociais formam uma maneira adequada e próxima do cidadão de fazer a comunicação chegar até ele.

Na página Governo Eletrônico, na Internet, é ressaltado o valor das Redes Sociais.

No Brasil, uma das frentes fundamentais da política de Governo Eletrônico é a atuação junto ao cidadão, que deve ser incluído como produtor de conhecimento coletivo. O governo brasileiro busca fortalecer a sua relação com o cidadão também por meio das redes sociais, reconhecendo que, por meio desses instrumentos, o Estado pode quebrar barreiras, promover o diálogo e buscar sugestões para as políticas governamentais. (República Federativa do Brasil, 2016)

Só o governo federal, na Presidências e Ministérios, possui relacionados na página do governo eletrônico 198 redes sociais. Nessa conta, não estão contadas as redes sociais das Fundações, Autarquias, Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista, o que sem dúvida, fariam crescer ainda mais o arsenal de canais no ciberespaço de comunicação com o cidadão, somente no que concerne a redes sociais.

No entanto, na PBM 2015 não foram pesquisadas as redes sociais que o governo possui no ciberespaço. A própria pesquisa aponta que, entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%). Mas as quase 200 redes sociais diretas do governo federal não aparecem na pesquisa.

Rothberg (2008, p. 150) já relatava a dificuldade gerada pela lacuna de estudos a respeito de novos canais do ciberespaço para uso da comunicação pública, utilizando as potencialidades que se abriam: “a criação de canais tais como fóruns de discussão e consultas públicas online em websites governamentais significa um avanço promissor, mas com resultados ainda não estudados devidamente”.

Tal situação ocorre atualmente no que se refere aos estudos das redes sociais na comunicação pública. Com o volume de pesquisas relacionadas ao tema, será possível apurar mais precisamente quais os reais benefícios que podem ser utilizados do uso das redes sociais para disseminação, interação, proximidade e, até, conscientização da população no que respeita as informações que interessem à coletividade, especialmente na atual Sociedade Digital em que estamos inseridos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos apresentar as intersecções possíveis entre as redes sociais e a Comunicação Pública (CP), demonstrando que as finalidades do ciberespaço e da CP são correlatas e as redes sociais podem constituir um ponto nevrálgico desse cruzamento.

Assim, as redes sociais, se bem utilizadas, podem favorecer o acesso do cidadão à informação de interesse público e deve ser utilizada para tal. Atualmente, no entanto, temos poucas pesquisas que mostrem essa utilização e seus impactos.

O governo federal faz uso intensivo das redes sociais. No entanto, somente por meio de pesquisas mais apuradas poderiam ser levantados os resultados, demonstrando se esse uso tem sido feito adequadamente.

Entendemos que o uso das redes na comunicação pública é de fundamental importância e não pode ser negligenciado, tampouco subutilizado ou desvirtuado de seu foco. Se adequadamente utilizado, as vantagens seriam consistentes, especialmente para a sociedade.

6 REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz, et al. **Avaliação de usabilidade do jornalismo para tablets: interações por gestos em um aplicativo de notícias**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza, CE. Disponível em <<http://www.agner.com.br/wp-content/uploads/2012/09/AGNER-Intercom-12-R7-2625-1.pdf>>. Acesso em jun. 2013.

ALMEIDA, A.L.C.; BAPTISTA, R.G.S.; SOARES, P.H.L.; Comunicação interna e redes sociais: desafios e possibilidades no relacionamento com os empregados. In: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, ano 10, nº 19. São Paulo: ORGANICOM, 2013.

BRASIL, Presidência da República – Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**, [201-?]. Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em: 04 de maio de 2016.

GIL, P.G.; MATOS, H. Quem é o cidadão na comunicação pública?. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013. p. 89-106.

LÉVY, Pierre. **A Revolução contemporânea em matéria de comunicação**. In: Revista Famecos, nº 9. Porto Alegre, 1998.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

_____. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, Margarida. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

NASCIMENTO, L, L. Comunicação Pública no Twitter. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013. p. 199-212.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. *Governo eletrônico: princípios e diretrizes*, 2016. Disponível em: <<https://www.governoeletronico.gov.br/o-gov.br/principios>>

RIBEIRO, Maria Eugênia. *O papel do assessor de imprensa em um mundo movido pelas tecnologias digitais*. In: Anais do II E-COM - Encontro de Comunicação Mercadológica, o Re-pensar e o Re-fazer da Comunicação com o Merc. GALINDO, Daniel e QUEIROZ, Adolpho (org). São Paulo, 2012.

ROTHBERG, Danilo. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. In: **Opinião Pública**, Campinas, vol. 14, nº 1, Junho, 2008, p.149-172.

_____.; LIBERATO, F.; *Cidadania, Comunicação Pública e Portais Eletrônicos do Governo*. In: ROTHBERG, Danilo (org.). **Políticas e gestão da comunicação no Brasil contemporâneo**. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p. 231-244.