

Comunicación Pública y Redes Sociales - Una convergencia necesaria

Comunicação Pública e Redes Sociais – Uma convergência necessária

Public Communication and Social Network - A Necessary Convergence

Caroline Kraus Luvizotto ⁱ

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Brasil)

caroline@faac.unesp.br

Kárita Emanuelle Ribeiro SENA ⁱⁱ

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Brasil)

karita.sena@faac.unesp.br

Fecha de recepción: 29 de abril de 2018

Fecha de recepción evaluador: 16 de mayo de 2018

Fecha de recepción corrección: 13 de junio de 2018

Resumen

El artículo busca hacer una interlocución de los temas Comunicación Pública y las Nuevas Tecnologías de la Información (NTICs), especialmente en las Redes Sociales, teniendo una mirada a partir de la Ecología de los Medios. Tal discusión teórica se muestra relevante pues las redes sociales pueden ser consideradas como representantes icónicos de las propaladas interactividad, proximidad e instantaneidad propiciadas por los cibermedios. Sin embargo, hay que discutir si pueden contribuir, de hecho, al incremento de la democratización de informaciones de interés público, una vez que el ciudadano está inserto en las redes y de ellas hace uso social, así como buena parte de las instituciones públicas brasileñas. Así, nos basamos en cómo la Comunicación Pública y las concepciones que con su concepto provienen de entendimiento del ciudadano como sujeto social - con competencias desarrolladas o desarrollándose para acceso y uso de información pública de su interés - así como las Redes Sociales con sus propias

capacidades de interlocución innatas, pueden ser pensadas en una conjugación útil y que favorezca la democracia. Para ello, se caldearán concepciones de Brandão (2009), Matos (2013), Duarte (2009), con conceptos de Levy (1999), Castells (2006), Recuero (2009), alineadas a la visión de Islas (2015) y Landow (2009).

Palabras clave: Redes Sociales Digitales; Ciberespacio; Democracia; Ciudadanía; Ecología de los Medios; Comunicación Pública.

Resumo

O artigo busca fazer uma interlocução dos temas Comunicação Pública e as Novas Tecnologias da Informação (NTICs), especialmente no que respeita às Redes Sociais, tendo como aporte teórico um olhar a partir da Ecologia dos Meios. Tal discussão teórica se mostra relevante pois as redes sociais podem ser consideradas como representantes icônicas das propaladas interatividade, proximidade e instantaneidade propiciadas pelos cibermeios. No entanto, é preciso discutir se podem contribuir, de fato, para o incremento da democratização de informações de interesse público, uma vez que o cidadão está inserido nas redes e delas faz uso social, assim como boa parte das instituições públicas brasileiras. Assim, nos baseamos em como a Comunicação Pública e as concepções que com seu conceito advêm de entendimento do cidadão como sujeito social - com competências desenvolvidas ou a se desenvolverem para acesso e uso de informação pública de seu interesse - bem como as Redes Sociais com suas capacidades de interlocução inatas, podem ser pensadas em uma conjugação útil e que favoreça a democracia. Para tanto, serão caldeadas conceituações de Brandão (2009), Matos (2013), Duarte (2009), com conceitos de Levy (1999), Castells (2006), Recuero (2009), alinhadas à visão de Islas (2015) e Landow (2009).

Palavras-chave: Redes Sociais Digitais; Ciberespaço; Democracia; Cidadania; Ecologia dos Meios; Comunicação Pública.

Abstract

The article seeks to an interlocution between Public Communication and Information and Communication Technologies (ICT), especially in the Social Network, having the Media Ecology theory as a starting point. This theoretical discussion is relevant because social networks can be considered as iconic representatives of interactivity, proximity and instantaneity provided by cybermedia. However, it is necessary to discuss if social networks can really contribute to increase the democratization of public interest information, since the citizen is inserted in the social networks and makes the social use of them, as well as part of the Brazilian public institutions. Thus, we are based on how Public Communication and its conceptions that come from the understanding of the citizen as a social subject - with developed or to develop competences to access and use of public information of their interest - as well as

Social Networks with their interlocution abilities, can be thought of in a useful conjugation that favors democracy. For this, the concepts of Brandão (2009), Matos (2013) and Duarte (2009), with concepts of Levy (1999), Castells (2006) and Recuero (2009), aligned with the vision of Islas (2015) and Landow (2009) will be mixed.

Key-Words: Digital Social Networks; Cyberspace; Democracy; Citizenship; Media Ecology; Public Communication.

Introdução

As democracias no mundo foram construídas sob bases e em épocas distintas, mas a comunicação sempre teve papel de destaque. Com a emergência de novas formas comunicacionais, com conexões mundiais e propiciando interação, instantaneidade, convergência midiática, entre outros recursos, o que se tem visto é que diferentes grupos sociais têm se apropriado dos potenciais democráticos da comunicação em rede e estão, em medidas e momentos distintos, elaborando usos sociais para as novas tecnologias que podem incrementar e fomentar valores democráticos como cidadania e participação.

A partir de tais premissas, é conveniente identificar o patamar de desenvolvimento de práticas de Comunicação Pública no ambiente digital, no atual cenário brasileiro: as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação podem contribuir para o avanço da Comunicação Pública e de que formas? Do outro lado, a sociedade detém conhecimento e competências para compreender a Comunicação Pública e apreender aquilo que lhe interessa ou deve interessar?

No sentido de contribuir com apontamentos, ainda que introdutórios, apresentamos neste artigo uma discussão teórica, com base em pesquisa bibliográfica, sobre o uso das redes sociais como ferramenta para incremento da divulgação e da participação cidadã, no que respeita à Comunicação Pública, bem como pontuamos algumas práticas que vem sendo adotadas.

Inicialmente, contextualizamos a relação entre Comunicação e Democracia a partir da experiência brasileira, com destaque para a Comunicação Pública. Tal contextualização é fundamental para compreender como essa relação se estabelece no ciberespaço e como se dá o acesso à informação, a participação e as práticas cidadãs, enfatizando especialmente o papel das redes sociais neste cenário. Ao final deste estudo, sugere-se que para além do uso adequado das tecnologias comunicacionais pela Comunicação Pública, são necessárias ações que favoreçam o repensar das práticas sócio-culturais em direção à participação cidadã.

Comunicação e Democracia

Conceito fundamental quando se pensa a relação Comunicação e Democracia, Participação tem um sentido amplo, podendo ser cultural, social ou política. Para Bordenave (1983, p. 23), “participação é fazer parte, tomar parte ou ter parte”. Para ele, de nada adianta “fazer parte” sem “tomar parte”, como por exemplo alguém que faz parte de um grupo, mas não toma parte das decisões do grupo. A participação está ligada à atividade e ao engajamento. A participação seria inata ao ser humano devido as suas necessidades criativa e racional e a democracia seria um estado da participação. Para Demo (1996, pp. 19-20), “participação supõe compromisso, envolvimento, presença em ações por vezes arriscadas e até temerárias”.

“A participação está intimamente ligada à cidadania e vai mudar de acordo com a possibilidade de atingir diferentes sujeitos sociais que se identificam com determinada causa, ou simplesmente têm consciência de seu papel como cidadãos e sentem a necessidade de participar” (Luvizotto, Gonzales & Calonego, 2017, p. 113). Sugere-se, a partir disso, que o exercício da cidadania passa diretamente pela participação de um povo e suas demandas.

O Brasil é marcado por uma história recente de ditadura militar. Estamos aprendendo a viver em democracia e esse não é um processo rápido, tampouco simples. É verdade, porém, que hoje o povo brasileiro tem maior poder de participação, mas a herança da ditadura ainda se faz presente, contrastando com a busca pela democracia efetiva. Neste sentido, pode-se dizer que a participação é um mecanismo de fortalecimento do convívio em sociedade. Compreendendo a comunicação como elemento estruturante de uma sociedade democrática, identificamos que o Estado e os governos constituídos historicamente a tem utilizado para impactar a sociedade. Isso tem ocorrido tanto em regimes democráticos quanto autoritários.

No Regime Militar, a Comunicação foi utilizada no Brasil como instrumento de poder. O rádio assumiu papel preponderante, sendo que campanhas cívicas foram muito utilizadas nesse meio e na imprensa em geral com o fim de reforçar o “nacionalismo”. Assim, os meios de comunicação de massa foram utilizados como mecanismo de propaganda institucional, em alguns casos como aliados do Regime.

O formato centralizado com foco na difusão de informação, no entanto, não se limitou ao regime militar. “A comunicação governamental no Brasil foi, historicamente, de natureza publicitária, isto é, de divulgação de suas ações e utilizou preferencialmente a propaganda com veiculação na grande mídia” (Brandão, 2009, p. 10).

O que temos então é uma comunicação de governos, ou uma comunicação governamental, que cada vez menos é vinculada no meio acadêmico a sinônimo de comunicação pública. Justamente opondo-se a essa relação sinonímia, embora a expressão “comunicação pública” não seja ainda um conceito claro e consensual, gradualmente aponta-se o que ela não é: “Comunicação pública não é comunicação

governamental e diz respeito ao Estado, não ao Governo” (Brandão, 2009, p. 15), ou ainda:

É uma expressão que não especifica um conjunto de conhecimentos, área, profissões ou estruturas, estando mais próximo de se caracterizar como um etos, uma postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania (Duarte, 2009, p. 60).

Embora não haja consenso, alguns pontos comuns podem ser estabelecidos em torno do conceito de Comunicação Pública (CP), entre eles as noções de interesse público, diálogo, participação, cidadania, democracia e a centralidade do processo no cidadão (Matos, 2013; Matos, 2011; Brandão, 2009; Duarte, 2009). Assim, a comunicação estatal, governamental, científica, do terceiro setor podem fazer parte do escopo da Comunicação Pública, devendo seguir os preceitos que ela envolve, mas a CP não se resume a uma ou a soma dessas “modalidades” de comunicação. A parte não pode ser tomada pelo todo.

Nesse sentido, a comunicação pública no Brasil, vem sendo vinculada a abordagens com foco no cidadão, no “interesse público”, na “participação” e na ampliação do diálogo.

Comunicação pública coloca a centralidade do processo no cidadão, não apenas na garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. Portanto, é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas (Duarte, 2009, p. 61).

Mas, como propiciar um cenário favorável à Comunicação Pública nesses moldes? Sabemos que além do desafio dos profissionais que atuam na área estarem alinhados a esses preceitos, ainda há sérias dificuldades com relação ao entendimento das instituições (e dos que respondem por elas) para se proporem a exercê-la de fato.

Duarte (2009) além de destacar tais dificuldades, lembra que não basta desenvolver e divulgar instrumentos para difusão de informação.

Hoje, as grandes barreiras em comunicação não são a falta de instrumentos ou de informação, mas a dificuldade em ajudar o interessado a descobrir que ela existe, onde está, como acessá-la e como utilizá-la para aumentar seu conhecimento e capacidade de agir (Duarte, 2009, p. 67).

Apesar de concordar de forma plena com essa afirmação, nosso objetivo neste artigo é propor que as redes sociais digitais podem ser não só instrumentos efetivos e bastante úteis para difusão de informações de interesse público, como também podem ser espaço privilegiado de diálogo, interação e participação cidadã, quando utilizadas para esse fim.

Informação e Participação no Ciberespaço

Com o desenvolvimento de novas tecnologias da inteligência (Lévy, 1999), os usuários da rede mundial de computadores foram se apropriando das potencialidades inovadoras – especialmente no que tange à descentralização da comunicação – e, assim, novos usos sociais dos canais de comunicação emergentes foram sendo criados.

Embora o processo comunicacional não seja unidirecional (e nunca tenha sido estritamente, sob nossa perspectiva), tendo um emissor ativo transmitindo informação a um receptor passivo e refém do conteúdo ao qual é tido como alvo, não podemos desprezar a inovação no formato que a comunicação em rede propiciou.

A ambiência digital permite novas formas de agir e viver socialmente. Um processo de retroalimentação entre transformações sociais e transformação tecnológica. Para Renó, a partir de um panorama de mudanças desde a prensa, de Guttemberg, o que temos atualmente com a *Web 2.0*:

Se trata de un cambio social, y no solamente tecnológico, es decir, la sociedad ha cambiado, y tiene cambiado, o provocado, cambios tecnológicos. Además, ha cambiado el proceso narrativo y comunicacional, que cada día gana un nuevo aporte al lenguaje (Renó, 2013, p. 17).

Convergência (Jenkins, 2009), conteúdos transmídia e hipertexto 3.0 (Renó, 2013 e Landow, 2009) e inteligência coletiva (Lévy, 1999), são alguns dos conceitos que emergiram com o advento da Internet e que modificaram as interações, ou mesmo criaram novas formas de interagir com o outro. Por outro lado “pós-verdade”, “fake news”, “bolhas sociais”, “discursos de ódio” e “polarização” também foram conceitos ou expressões que surgiram ou foram reelaborados a partir das conexões via redes.

Um cenário com potencial que deixou muitos estudiosos em um forte estado de otimismo, mas que, ao passar dos anos, têm “patinado”, sem alcançar, em alguns casos, previsões de pouco mais de duas décadas atrás, quando a rede mundial estava dando seus primeiros passos mais sólidos rumo à expansão.

Um ponto que deve ser considerado nesse sentido é que a possibilidade de instauração de um modelo descentralizado, chamado inicialmente de “todos para todos”, por Lévy (1999), não se restringe apenas ao acesso – que é limitado em muitas localidades do mundo, mas também às competências informacionais dos usuários da rede, não apenas no que respeita às condições de usabilidade técnica, mas, sobretudo, de saber buscar, produzir, interagir sobre o que é de seu interesse.

O próprio autor adverte que o potencial tecnológico não é suficiente para garantir os atributos possíveis, já que não é o ambiente digital que produzirá mudanças, mas o uso social que dele pode ser feito:

Nada na evolução técnica garante essa reciprocidade; não é mais do que uma possibilidade favorável aberta por novos dispositivos de comunicação. Cabe aos atores sociais, aos ativistas culturais aproveitá-la, a fim de não reproduzir no ciberespaço a mortal dissimetria do sistema de mídias de massa (Lévy, 1999, p. 149).

É o que se tem identificado nas recentes pesquisas brasileiras sobre o assunto, que apontam que o artefato tecnológico não tem sido aproveitado em sua totalidade para incrementar a participação cidadã. Pesquisas como a de Bezerra e Jorge, citadas em Rothberg (2011), apontam uma subutilização dos portais de governos estaduais do Brasil para o “incentivo à ciberdemocracia”, mantendo baixos padrões informacionais e de interatividade.

Já Andrelo e Biguetty (2015), ao comparar os portais eletrônicos dos parlamentos brasileiro e inglês, concluem que o último “beira a excelência”, incentiva a participação da sociedade, enquanto que o site brasileiro “tem muito a melhorar”, destacando o enviesamento institucional do portal, identificado na pesquisa.

Iniciativas não-governamentais também podem ser citadas. Luvizotto (2016), analisando experiências brasileiras, comparando-as com experiências internacionais, destaca o website *Vote na Web* (www.votenaweb.com.br), que apesar de não explorar o potencial das tecnologias web 2.0 em sua totalidade, se intitula um website à serviço da cidadania que pretende aproximar os cidadãos das decisões do Congresso Nacional no Brasil. O estudo também cita as seguintes experiências internacionais:

O NHS Citizen da Inglaterra (<https://www.nhscitizen.org.uk>), um programa nacional que visa à participação do cidadão em questões relacionadas à saúde; o Question Bridge dos Estados Unidos da América (<http://questionbridge.com>), uma plataforma *online* para homens negros de todas as idades e origens se manifestarem sobre a vida na América, sobre os mais diversos aspectos; e o Voice of Kibera de Nairobi, na África (<http://voiceofkibera.org>), um projeto em parceria com várias organizações não-governamentais que visa dar voz aos moradores de Kibera, uma das maiores favelas da África, através da agregação de relatórios, mídias comunitárias, notícias e informações relevantes e troca de experiências entre os cidadãos (Luvizotto, 2016, p. 310).

Ao comparar as experiências internacionais com o exemplo do *Vote na Web*, Luvizotto (2016, p. 310) sugere que todos eles “apresentam ferramentas da Web 2.0 e que, em sua gênese, foram desenvolvidos para favorecer a participação dos cidadãos em assuntos das mais diversas instâncias sociais” e que apesar de terem acesso expressivo, de modo geral, “observa-se que as ferramentas de conversação poderiam ser melhor utilizadas”.

Todas essas ferramentas, ainda que com potencial dialógico e interativo geralmente superior aos meios analógicos, não têm sido apropriadas para uma utilização plena. Deve-se considerar ainda que apesar das aberturas para uma nova “emancipação do emissor”, não é difícil se atentar que muitas mudanças podem ser para trás, convertendo em retrocessos questões anteriormente avançadas ou ainda repercutindo ações de ódio e preconceito em novas dimensões, com alcance global e instantâneo.

Diante deste novo horizonte a que a navegação em rede tem se encaminhado, uma leva de pesquisadores têm apontado um cenário aterrador e irremediável. De grande espaço amplificador de vozes, a visão mais frequente apresentada em pesquisas em congressos científicos recentes é a de um ciberespaço convertido em espaço de oligopólios globais, que se enreda nos mínimos detalhes da vida cotidiana, utilizando os rastros de pesquisa, preferências e dados privados. A página de rede social não só usa a sua interação como modelo de negócios, como interfere nela, por meio de algoritmos fechados, fazendo um agendamento de conteúdo de causar inveja a grandes veículos de mídia.

Talvez tão precipitada quanto a visão otimista que primava no início da expansão do ciberespaço, de que esse se converteria em uma espécie de oásis do debate público, plural e sem intermediadores, julgar que as redes se converteram atualmente em espaços de recrudescência de ódios, preconceitos e intolerâncias, nos quais não é possível realizar avanços no campo do debate público, seja também um entendimento apressado, ou, no mínimo, parcial.

Longe de ofuscar prejuízos, lacunas e principais desafios que o ciberespaço e, sobretudo, as redes sociais online apresentam como artefatos tecnológicos que são, acreditamos que, não obstante, há caminhos possíveis que podem contribuir para a formação de um debate público mais qualificado e que passam por essas plataformas, considerando a midiaticização da sociedade no presente século.

Isso pode ser afirmado tendo em vista diversas iniciativas, por todo o mundo, como as que vêm utilizando o ciberespaço para diminuir a distância entre o estatal ou ainda governamental, e o cidadão, principalmente em relação aos temas que mais lhe afeta. “Em uma sociedade na qual a informação se torna essencial para a criação e manutenção de estratégias que visem a uma sociedade mais justa e à efetivação da democracia, a internet se apresenta como um dos principais canais de comunicação” (Rothberg, Luvizotto & Vanzini, 2014, p. 231).

Para contribuir para a democratização das informações de interesse público, acreditamos que, somadas a outros formatos, as redes sociais online devem fazer parte de um escopo de instrumentos comunicacionais que devem ser utilizados para o exercício da Comunicação Pública na promoção da cidadania, dadas as peculiaridades que as redes sociais têm assumido, especialmente no Brasil.

As Redes Sociais Digitais e a promoção da cidadania

Como vimos, com o avanço das tecnologias digitais e, sobretudo, do ciberespaço, pesquisadores de diversas áreas do conhecimento têm investido em investigar os potenciais e os efeitos desse ambiente em vários aspectos, inclusive os socio-culturais que nos interessam em especial. Nesse sentido, portais eletrônicos, audiências públicas, sistemas de informação ao cidadão, blogs têm ocupado majoritariamente o interesse científico dos pesquisadores. “As ferramentas web 2.0 estão organizando e fomentando o desenvolvimento de novas redes sociais virtuais, à medida que são reduzidos os custos da mobilização de atores sociais” (Rothberg, et al., 2014, p. 231). Mas e, quanto às redes sociais digitais, fenômeno que tem alcançado cada vez mais um público diversificado e se expandindo velozmente, aliado às plataformas móveis?

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 um estudo 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 estudo de redes sociais, a partir do início da década de 1990.

No artigo “Redes ciudadanas en la era digital: la nueva esfera publica”, Ricaurte (2013), reforça o papel que as redes sociais podem assumir na promoção da cidadania. Para a autora, embora as principais redes sociais da Internet se constituam uma parte da nova economia mundial, é necessário que se compreenda a dimensão social, cultural, histórica e política das implicações da incorporação e apropriação das redes sociais no nosso entorno imediato e nossa conjuntura particular e acrescenta:

Es necesaria la reflexión que nos permita aprovechar de manera más efectiva este momento en el que se ha demostrado que las herramientas tecnológicas pueden trabajar a favor de la democratización de la sociedad y dar paso a nuevas formas de participación ciudadana (Ricaurte, 2013, p. 151).

Na concepção da Ecologia dos Meios, as redes sociais digitais podem ser catalogadas entre os *new new media*, como explicam Penteado e Renó (2016), apesar de que esse formato permite publicação de conteúdo por parte dos usuários, “sem necessariamente ter havido uma interação social prévia entre seus participantes”:

new new media é a mídia protagonista dos tempos de hoje. Assim como a *new media*, este tipo de mídia só pôde ser possível com a evolução das TICs, porém, ela possui um grande diferencial no processo de produção de informações: agora, os usuários conseguem produzir e publicar conteúdos com a mesma facilidade com que os leem (Penteado & Renó, 2016, p. 9).

Jenkins afirma que aqueles envolvidos em campanhas inspiradas na cultura popular acreditam em uma “mudança no papel do público no processo político, aproximando o mundo do discurso político das experiências de vida dos cidadãos” (Jenkins, 2009, p. 287), e que é possível transformar a forma que as pessoas pensam sobre comunidade e poder, “para que sejam capazes de mobilizar a inteligência coletiva e transformar o governo”, assim como “substituir o conceito de cidadão individualmente informado pelo conceito cooperativo do cidadão monitor” (Jenkins, 2009, p. 287).

No Brasil e na América Latina como um todo, pesquisas na área de redes sociais parecem ser especialmente interessantes porque os latino-americanos atuam de forma ativa nas redes sociais digitais. Segundo pesquisa da Agência EMarketer, divulgada pela Revista Forbes, o Brasil é o país com mais usuários em redes na América Latina e a região é a que mais acessa redes sociais no mundo, segundo investigação da Cepal – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe.

Apesar disso, pesquisas brasileiras referenciais na área como a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) não tem ajudado a conhecer os hábitos do brasileiro nas redes sociais digitais, embora reconheça o relevante papel das redes no comportamento brasileiro na Web, a depender da edição. A PBM 2015 permitiu algumas conclusões sobre os hábitos do brasileiro na Internet e nas redes sociais digitais de forma um pouco mais abrangente, embora continue limitada. A pesquisa de 2015 apontou que 92% dos internautas brasileiros estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%). “O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados” (Brasil, 2015, p. 50).

Em pesquisa exploratória, Sena (2016), apontou que o governo federal brasileiro faz uso intensivo das redes sociais. Em 2016, na Presidência e Ministérios, foram relacionados na página do governo eletrônico 188 redes sociais, número que caiu para 155 em 2017. Nessa conta, não são consideradas as redes sociais das Fundações, que somaram, em agosto de 2017, mais 69 redes sociais, nem das Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista, que possuem mais 26 redes sociais. No total, o governo federal dispõe de 250 canais de comunicação com os cidadãos no ciberespaço por meio de redes sociais digitais.

Uma vez nas redes, o brasileiro tem o hábito não só de interação social, quanto de consumo de informação. Pesquisa do Instituto Reuters de Estudos de Jornalismo de 2017, que busca investigar as condições de atribuição da marca da empresa jornalística como fontes originais das notícias consumidas fora dos próprios veículos, afirma que o crescimento das mídias sociais e de outros “agregadores” mudou a natureza de consumo e “descoberta on-line”, fazendo com que mais consumidores estejam expostos incidentalmente a conteúdos geridos por algoritmos de gigantes tecnológicas como Facebook, Apple e Google.

Para Penteado e Renó (2016, p. 11), “a marca dos novos tempos está na participação cidadã como algo determinante da nova ecologia midiática”. As mesmas redes que têm sido usadas para práticas de intolerância e difusão de notícias falsas, também têm sido utilizadas para impulsionamento de ações de cidadania, formação de opinião pública mais crítica, e difusão de informações sobre direitos, bem como criação de coletivos, organização de manifestações e mobilização em torno de movimentos sociais.

No campo governamental, o Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria Geral da União (CGU), tem utilizado as redes para fomento de conteúdos que estimulam a participação cidadã, com atenção à publicização da Lei de Acesso à Informação (LAI) e aos direitos a ela relacionados. A Lei regulamentada pelo Decreto nº 7.724/2012, dispõe sobre o direito constitucional de acesso às informações públicas. Apesar de possuir portal eletrônico próprio, pelo qual é possível solicitar informações públicas e conhecer detalhadamente a Lei, as redes sociais têm sido utilizadas como aliadas para difundir informações e os direitos relacionados à essa legislação.

Isso tem sido feito por diversos canais nas redes sociais, especialmente os ligados à CGU, para os quais também há links no portal oficial da LAI. No canal da CGU no Youtube, há uma série de vídeos curtos explicativos sobre a LAI, abordando o assunto de maneira didática e em “linguagem cidadã”, conforme descrições dos próprios vídeos, e os materiais estão entre os que possuem maior quantidade de visualizações do canal.

As ações realizadas com vistas ao atendimento dos compromissos com a Open Government Partnership, plataforma internacional para tornar governos mais abertos, focados em ações de accountability - ligadas à responsabilização, e à ampliação da participação cidadã, também são divulgadas no Brasil a partir das redes sociais da CGU. O próprio portal da iniciativa no país - Parceria para Governo Aberto -, direciona para as redes sociais da CGU, que regularmente divulgam informações sobre o OGP.

No 3º Plano de Ação Nacional, a iniciativa que tem o Brasil como membro-fundador, desde 2011, indica que os planos de ação produzem resultados indiretos, estimulando adoção de outras medidas, além dos compromissos planejados: “No caso do Brasil, por exemplo, diversos normativos, canais de comunicação, redes e portais foram criados para promover a transparência, a accountability, a inovação e a participação social.” (OGP, 2016, p. 10)

Dessa forma, podemos relacionar os canais de redes sociais da CGU como uma iniciativa que tem trabalhado de forma regular e ativa o estímulo a conceitos como participação cidadã, controle social e transparência das informações públicas no âmbito do governo federal.

Já no âmbito da sociedade civil, iniciativas do terceiro setor têm voltado a atenção a checagem de informações, o que, por si só já representa um contributo a formação

cidadã, considerando o combate a “fake news”. Contudo, podemos destacar, para além do desmantelar de “boatos” e “correntes”, aqueles que têm se esforçado para a verificação de declarações de entes públicos, com classificações das falas entre falsa, verdadeira, exagerada, entre outros, e a verificação dos dados divulgados, confrontando-os com os obtidos em fontes oficiais.

Podemos citar no Brasil a Agência Lupa (<http://lupa.news/>), que se define como a primeira agência de notícias do país a checar, “de forma sistemática e contínua, o grau de veracidade das informações que circulam pelo país”. Desde 2015, a agência diz ter verificado o grau de veracidade de mais de 3 mil frases, majoritariamente ligadas a questões políticas.

Preocupação declarada do próprio Facebook, as eleições para Presidência do Brasil de 2018, é alvo de um projeto da Agência Lupa em parceria com o próprio Facebook, no sentido de combater a propagação de notícias falsas relacionadas ao processo eleitoral. A iniciativa foi denominada de Projeto Lupe! e prevê a “Verificação de declarações de candidatos à Presidência e a governos estaduais”; “Um ‘bot’ no Messenger do Facebook para confrontar palavras-chave nas perguntas feitas pelas pessoas à ferramenta com as checagens que integram o acervo da agência”; “Espaço dedicado a checagens de boatos que se repetem”; e “Checagem de informações sobre as regras eleitorais brasileiras”.

Outra agência de checagem brasileira, com enfoque na verificação de declarações de políticos e autoridades é a agência “Aos Fatos” (<https://aosfatos.org/>). A organização também se mobiliza para a verificação de conteúdos na eleição presidencial no Brasil e, também em parceria com o Facebook, criou o Projeto Fátima - um robô para o mensageiro do Facebook, Messenger, que visa auxiliar as pessoas no processo de verificação de informações online.

A agência explica em seu portal na Internet que acompanha “declarações de políticos e autoridades de expressão nacional, de diversas colorações partidárias, de modo a verificar se eles estão falando a verdade”. Para isso, utiliza sete etapas: Seleção de uma declaração pública a partir de sua relevância; Consulta a fonte original; Busca por “fontes de origem confiável como ponto de partida”; Consulta a fontes oficiais, para confirmar ou refutar a informação; Consulta a fontes alternativas; Contextualização e Classificação seis categorias: verdadeiro, impreciso, exagerado, falso, contraditório ou insustentável.

Por certo, trata-se de também uma versão sobre os fatos ou sobre as declarações, mas o fato de serem fundamentadas em fontes oficiais e, além disso, de trazerem a preocupação e proposta de monitoramento acerca da veracidade de falas de representantes do poder público podemos afirmar que contribuem para a qualificação do debate público.

Essas e outras iniciativas pelo Brasil e pelo mundo, como por exemplo o Observatório Social do Brasil (<http://osbrasil.org.br/>); as organizações para a

transparência de dados, gastos e informações públicas; as comunidades para controle social ou pressão parlamentar, como por exemplo o Transparência Brasil (<https://www.facebook.com/brasil.transparencia/>), o Contas Abertas (https://www.facebook.com/-ContasAbertas/about/?ref=page_internal), a Operação Serenata de Amor (<https://serenata.ai/>); e as ações do governo que também fomentem esses conteúdos, como por exemplo o Ministério da Transparência/CGU (<https://www.facebook.com/cguonline>), quando presentes nas redes sociais online formam uma espécie de redes para cidadania, que nos oceanos de notícias falsas, falas de intolerância e bolhas sociais, constituem-se em ilhas de um fazer democrático.

Considerando que a comunicação pública deve ser uma comunicação próxima do cidadão, dando condições tanto para ele acessar a informação de seu interesse quanto para que ele produza e dissemine saberes e demandas, as redes sociais digitais se mostram como ambientes atuais, próximos e interativos, que devem ser alvo sem dúvida de investimentos no campo da formação para que seus potenciais sejam aproveitados de maneira efetiva e útil.

Considerações finais

Este artigo apresentou trabalhos que articulam o Ciberespaço e, mais particularmente, as redes sociais, aos estudos de Comunicação Pública.

A escassez de pesquisas na área – especialmente no que se refere a redes sociais online – afeta o entendimento acerca do assunto, considerando-se ainda que o governo federal brasileiro tem feito uso significativo de tais canais, o que acrescenta necessidade de estudos e análises, inclusive com foco na recepção, para a compreensão dos efeitos desse uso.

Discutimos que os ambientes informacionais digitais devem ser pensados e programados de maneira que auxiliem as interações entre os sujeitos. Portanto, além de permitir a livre conversação entre usuários, devem fornecer ferramentas que auxiliem no processo de participação, sendo ambientes adequados para que os cidadãos exponham suas demandas e ampliem seu alcance e discussões. Essas ferramentas relacionam-se intimamente com a arquitetura do site e com a informação disponibilizada para fomentar o debate, já que o participante também precisa ter acesso a informações que permitam a crítica e a tomada de decisão (Luvizotto, 2016). Este estudo sugere que, no caso brasileiro, as tecnologias da web 2.0 auxiliam o processo de participação política e social, servindo aos cidadãos quando são utilizadas em sua totalidade, usando todo o potencial das ferramentas de interação e construção coletiva do conhecimento. Porém, nada disso tem efeito sobre a participação se não houver a disposição e a mobilização do cidadão em participar.

Não obstante manterem seus portais eletrônicos na Internet, identificamos que algumas iniciativas têm voltado seus esforços para o ambiente de redes sociais online, como é o caso dos dois projetos citados “Projeto Fátima” e “Projeto Lupe”, em que a atuação está eminentemente nas páginas de redes sociais. O que faz sentido já que nesses ambientes têm se proliferado discursos de ódio e polarizações políticas, partidárias, religiosas, étnicas, raciais, de gênero, entre outras, demonstrando que não bastam espaços de interação ou de liberdade de expressão para fortalecimento de regimes democráticos, mas é preciso uma formação para o debate público.

Formação essa, que deve passar necessariamente pela educação formal, mas também pela mídia, que exerce um papel estruturante na sociedade, assim como pelo Estado, dispondo de instrumentos apropriados para a difusão dos direitos cidadãos a que cada um faz jus. Nesse sentido de uma formação holística, não se pode prescindir de eixos que abordem literacia midiática, controle social e ética.

Tais medidas podem ser um poderoso aliado para que os cidadãos conheçam os objetivos da Comunicação Pública, cobrem dos governantes uma postura compatível com esses objetivos, e saibam buscar as informações que lhes são de interesse. Por outro lado, esse conhecimento e o desenvolvimento de competências comunicacionais – que podem compreender competências técnicas, mas não se resumem a elas – deve propiciar o avanço da descentralização efetiva da comunicação, permitindo dar voz à sociedade e que esta seja ouvida e, ainda mais, atendida nos seus anseios e necessidades.

Enfim, longe de ser uma redenção para as redes sociais, que, para alguns pesquisadores passaram de salvação do debate público, para algozes desse mesmo espaço, consideramos que como espaços novos de exposição de práticas sócio-culturais muito antigas, as redes sociais online necessitam de novas configurações de modelos comunicacionais e de iniciativas que se adequem a elas para favorecer o incremento da cidadania. Sugere-se que, para além do uso adequado das tecnologias comunicacionais pela Comunicação Pública, são necessárias ações que favoreçam o repensar das práticas sócio-culturais em direção à participação cidadã.

BIBLIOGRAFIA

- Bordenave, J. (1983). *O que é participação*. São Paulo: Brasiliense.
- Brandão, E. (2009). Conceito de comunicação pública. In: Duarte, Jorge (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público* (pp.1-39) 2. ed. São Paulo: Atlas.

- Brasil, Presidência da República – Secretaria de Comunicação Social. (2014). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira*. Brasília: Secom.
- Brasil, Presidência da República – Secretaria de Comunicação Social. (2016). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Relatório Final*. Empresa Responsável Ibope Inteligência. Brasília: Secom.
- Demo, P. (1996). *Participação é conquista: noções de política social participativa*. São Paulo: Cortez.
- Duarte, J. (2009). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Forbes, B. (2016). *Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina*. Recuperado de: <http://www.forbes.com.br/fotos/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/>
- Islas, O. (2015). *La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica*. Palabra Clave, 18. (4), (pp. 1057-1083). DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.5.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo, Ed.34.
- Luvizotto, C. K. (2016). Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. *Comunicação e Sociedade*, v. 30, (pp. 297-312). DOI: [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.30\(2016\).2499](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.30(2016).2499)
- Luvizotto, C. K.; Gonzales, N. dos S. & Calonego, R. (2017). Comunicação e movimentos sociais: a atuação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação na internet. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, v.14, (pp.110 – 123).
- Matos, H. (2011). O declínio do capital social e comunicacional na terceira idade e a ausência de reconhecimento dos idosos. En: Marques, A. & Matos, H. (orgs.). *Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação pública*. São Paulo: Summus.
- Matos, H. (org). (2013). *Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP.

- Penteado, J. & Renó, D. (2016). Jornalismo e a ecologia dos meios: uma relação simbiótica. En: *7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo*, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Anais).
- Partnership, O. G. (2016). *3º Plano de Ação Nacional*. Brasil. Recuperado de: https://www.opengovpartnership.org/sites/default/files/Brazil_Plano-de-Acao-3_2016-2018.pdf
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Renó, D. (2013). Discussões sobre a Nova Ecologia dos Meios. *Cuadernos Artesanos de Comunicación*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social - La Laguna.
- Reuters, Instituto para Estudo do Jornalismo. (2017). *Digital News Report 2017*. Recuperado de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral
- Ricaurte, P. (2013). Redes ciudadanas en la era digital: la nueva esfera publica. En: Islas, O. & Ricaurte, P. (org). Investigar las redes sociales. Comunicación total em la sociedad de la ubicuidad. 1 ed. México, *Razón y Palabra*.
- Rothberg, D.; Luvizotto, C. K. & Vanzini, K. (2014). As revoltas e seu impacto sobre a comunicação pública: o potencial do Observatório Participativo da Juventude. *Liinc em Revista*, v. 10, (pp. 227-240).
- Scolari, C. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*. Universidade de La Sabana. Recuperado de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5419/html>
- Sena, K. (2016). Redes Sociais e Comunicação Pública na Sociedade Digital – Intersecções possíveis para democratização da informação. In: *7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo* (Anais). Recuperado de: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor7/files/2016/08/karitasena.pdf>
- UIT, União Internacional de Telecomunicações - Organização das Nações Unidas (ONU). (2017, 14 de agosto). *3,7 bilhões de pessoas ainda não têm acesso à Internet no mundo*. Recuperado de: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>

NOTAS

i Socióloga, doutora em Ciências Sociais. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais – ComMov. Email: caroline@faac.unesp.br

ii Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica Dom Bosco. Email: karita.sena@faac.unesp.br