

KÁTIA SANTOS DE MORAIS

**MÍDIAS SOCIAIS E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA EM
AMBIENTE DIGITAL NO BRASIL: ESTUDOS DE CASO NO
GOVERNO FEDERAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração

Orientador: Prof. Dr. José Antônio Gomes de Pinho

Salvador
2010

Biblioteca da Escola de Administração da UFBA

M827 Morais, Kátia Santos de
 Mídias sociais e a participação política em ambiente digital no Brasil :
 estudos de casos no Governo Federal / Kátia Santos de Morais. – 2010.
 157 f.

 Orientadora: Prof. Dr. José Antonio Gomes de Pinho.
 Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de
 Administração, 2010.

 1. Programa Governo Eletrônico (Brasil). 2. Internet na administração
 pública. 3. Participação política. 4. Mídia social. 5. Internet. I. Título.

CDD 352.380981

KÁTIA SANTOS DE MORAIS

**MÍDIAS SOCIAIS E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA
EM AMBIENTE DIGITAL NO BRASIL: ESTUDOS DE
CASO NO GOVERNO FEDERAL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia.

Aprovada em 09 de agosto de 2010.

Banca Examinadora

José Antônio Gomes de Pinho- Orientador _____
Doutor em Regional Planning pela LSE University of London, UK
Universidade Federal da Bahia

Cláudio Guimarães Cardoso _____
Doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Universidade Federal da Bahia

Alexandre Fernandes Barbosa _____
Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV)
Centro de Estudos sobre o uso da TICs (CETIC.br)

À memória da minha vizinha Odília, quem, muito mais do que os livros, me ensinou sobre a vida.
A vizinha, o meu eterno amor.

AGRADECIMENTOS

A Deus, aos anjos, aos espíritos de luz...

Ao meu orientador, professor Dr. José Antônio Gomes de Pinho, pela competência, generosidade, confiança, paciência e leveza com as quais me conduziu durante toda a pesquisa.

Aos colegas e amigos do NPGA, pelos dois anos em que dividimos conhecimento, angústias, sorrisos e muita solidariedade. Em especial, meus agradecimentos a Roberto Brasileiro, pela ajuda na elaboração dos gráficos, e a Daniel Armond de Melo, o prefeito da turma e meu “consultor para assuntos dissertativos”. Com o auxílio da internet, pude recorrer a Daniel inúmeras vezes para pedir ajuda na formatação e construção de toda a parte gráfica do trabalho, aos quais ele sempre me atendeu, do Amazonas, com toda atenção possível. Terei uma eterna gratidão e uma eterna dívida!

Aos colegas do Núcleo de Pesquisa em Internet, Estado e Sociedade (Nides), Ingrid Winkler, Júlio Andrade e Fabiano Raupp, pelos momentos de partilha.

Aos professores do eixo acadêmico Mestrado/Doutorado com os quais tive o prazer de conviver, em especial às professoras Dra. Paula Schommer, que acompanhou de perto o início de minha pesquisa, e Dra. Bete Santos, inesquecível em seus ensinamentos. Também ao professor Dr. Ernani Marques, por toda a colaboração.

Ao corpo de colaboradores do NPGA, nas pessoas de Dacy e Anaélia, pela presteza, organização e responsabilidade.

Ao CNPQ, pelo financiamento desta pesquisa, e Fapex/UFBA, pelo apoio financeiro à participação em eventos científicos e publicações.

Ao professor Dr. Wilson Gomes e colegas do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Democracia, da Facom/UFBA, pela acolhida e momentos de aprendizagem.

A minha mãe, dona Maria de Lourdes, simplesmente por ser minha mãe, com tudo mais o que isso implica em minha vida.

Ao meu pai, seu Gilberto, por me ensinar que sempre se pode ir mais longe, sem nunca se esquecer do ponto de partida.

A vô Geraldo e vó Nata, sempre tão presentes. Pelo carinho, colo, zelo e pelo modo como me fazem ter a certeza do quão generosa é a vida comigo. À minha vizinha Odília, que precisou partir durante essa minha caminhada, mas permanece comigo, em amor, saudade e espírito.

Às minhas irmãs, Kelly e Juliana, pelas doses de humor e carinho que tornam mais leve cada obstáculo que enfrento.

Aos meus primos e tios, em especial ao meu tio Gilmar, um incentivador à escolha pela vida acadêmica.

A Júnior, por ter me acompanhado em parte desta jornada. Pelas deliciosas conversas sobre o papel da Universidade e da pesquisa, que tanto contribuíram para a construção do ser no qual me transformo um pouco a cada dia.

A Val e Binha, companheiras de sonhos e de teto, pelo convívio agradável de sempre e por tornarem mais amena a saudade de casa.

Aos amigos, de longe e de perto, pela confiança, apoio e incentivo, sobretudo nos momentos de desânimo e cansaço. Agradecimentos especiais aos amigos e amigas de Itabuna, meu lugar primeiro.

A todos e todas que, de alguma forma contribuíram para que eu chegasse até aqui e que me estimulam a seguir em frente. A vocês, o meu muito obrigada!

Vivendo, se aprende; mas o que se aprende, mais, é
só a fazer outras maiores perguntas.

João Guimarães Rosa

RESUMO

Este trabalho examina possibilidades recentes de interação entre Estado e sociedade através das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), com a inserção das ferramentas de mídia social enquanto mecanismos de Governo Eletrônico pelo Poder Executivo Federal brasileiro. O percurso se inicia com a apresentação de perspectivas teóricas relacionadas à discussão sobre o papel da internet, e das TIC, de modo geral, para a construção de novos cenários sociais, onde sejam concedidas maiores oportunidades de relação direta com os agentes públicos, com conseqüente expectativa de fomento a uma maior participação política por parte dos cidadãos. A reflexão teórica é confrontada com o cenário de inserção da internet no país, por meio de dados fornecidos pela pesquisa anual publicada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil. Em seguida, traça-se um panorama do que venha a ser Governo Eletrônico, adentrando-se nas características do processo em contexto nacional, para, em seguida, abordarem-se as características e particularidades das mídias sociais, ou ferramentas de web 2.0. Originariamente empregadas para fins comerciais e de interações sociais informais, esses novos meios digitais são, num segundo momento, apropriados pelo Estado para fins de estabelecimento de novos canais com a sociedade, num trabalho que entendemos aqui ser uma extensão aos programas de Governo Eletrônico tradicionais. À luz dessa discussão, são investigadas páginas de mídia social atualmente empregadas pelo Governo Federal, no âmbito do Executivo, em associação aos *websites* governamentais para fins de interação digital com a sociedade. A análise é construída através dos casos do Ministério da Cultura, Ministério da Saúde e Presidência da República, respectivamente por meio da análise das páginas Blog Lei Rouanet, Orkut do Ministério da Saúde e Blog do Planalto. Fazendo uso do procedimento metodológico da navegação orientada, busca-se identificar de que maneira essas páginas vêm sendo utilizadas pelo Governo Federal, a partir da análise da estrutura dos perfis, natureza das mensagens postadas e recursos de participação ofertados. Conclui-se que, embora sejam mecanismos utilizados por uma mesma administração pública, há diferenças significativas na maneira como tais páginas são apropriadas, interferindo, conseqüentemente, nas possibilidades de interação e estímulo à ação política por meio da internet. Associado a isso, os resultados conduzem à constatação de que, por mais sofisticadas que possam ser as iniciativas de interação digital postas em prática pela administração pública, a aplicação da tecnologia, por si só, não será capaz de corrigir distorções que antecedem a esfera digital e que dizem respeito a dimensões sociais e políticas que historicamente têm comprometido o nível de participação da sociedade civil nas questões públicas no Brasil. De qualquer forma, entende-se também que a democracia é um processo em permanente construção e que as mídias sociais, pensadas enquanto novos recursos digitais de governo eletrônico, podem potencialmente contribuir para as interações entre Estado e sociedade, com conseqüentes expectativas de aprofundamento da participação política dos cidadãos.

Palavras-chave: Governo Eletrônico, Internet, Mídias Sociais, Participação

ABSTRACT

This paper examines recent possibilities of interaction between state and society, through Information and Communication Technologies (ICT), with the inclusion of social media tools as mechanisms of e-government by the Brazilian Federal Executive Power. The journey begins with the presentation of theoretical perspectives related to the discussion on the role of the Internet and ICT, in general, for the construction of new social settings, in which greater opportunities of direct relationship with public agents will be granted, with consequent expectation to promote a greater political participation by citizens. The theoretical discussion will be faced with the scenario the use the Internet in the country, using data from the annual survey publish by Internet Steering Committee in Brazil. Then, an overview of what will be Electronic Government is made, by developing the features of the process in the national in order to pointing out context, for then, to approach characteristics and peculiarities of social media, the so-called Web 2.0. Originally used for commercial as for social informal interactions purposes, these new digital media are, subsequently, appropriated by the state for the purpose of establishing of new channels with the society, which is understood here as an extension of the traditional e-government programs. In this context, pages of social media currently developed by the Federal Government under the Executive in association with government websites for digital interaction with society are investigated. The analysis is built through the cases of the Ministry of Culture, the Ministry of Health and the Presidency of the Republic, respectively through the analysis of pages of Blog of Rouanet Law, Orkut of the Ministry of Health and the so-called Blog of Planalto. Using the methodological procedure of guided navigation, it seeks to identify how these pages are being used by the Federal Government, through the analysis of the structure of the profiles, the nature of the messages posted and resources of participation offered. It concludes that, although those mechanisms are used by the same sphere of public administration, there are significant differences in how these pages are appropriate, interfering, therefore, in possibilities of interaction and encouragement to political action through the Internet. Associated to this, the results lead to a finding that, however sophisticated may be the initiatives of digital interaction implemented by the government, the application of technology alone will not be able to correct distortions that precede the digital realm and which relate to social and political dimensions that have historically affected the level of civil society participation in public matters in Brazil. Anyway, it is also considered that democracy is a process under permanent construction and social media, conceived as new digital resources of e-government, can potentially contribute to interactions between state and society, with consequent expectations of deeper citizen political participation.

Keywords: Electronic Government, Internet, Social Media, Participation

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico	1	Posse de computador e internet no Brasil.....	35
Gráfico	2	Proporção de domicílios com internet por regiões do país.....	36
Gráfico	3	Proporção de indivíduos que utilizaram serviço eletrônico em 2009....	39
Gráfico	4	Serviços de e-gov mais utilizados em 2009.....	40
Gráfico	5	Interação com autoridades.....	41
Gráfico	6	Motivos para não utilizar Governo Eletrônico.....	42
Figura	1	Ambiente de Negócios Eletrônicos na Sociedade da Informação.....	52
Quadro	1	Direcionadores estratégicos da EGTI 2010.....	62
Quadro	2	Estágios do governo eletrônico segundo ONU e ASPA.....	64
Quadro	3	<i>Ranking</i> de Governo Eletrônico ONU 2001-2008.....	65
Figura	2	Reprodução da página inicial do Blogger (Google).....	76
Figura	3	Reprodução da página inicial do Twitter.....	79
Figura	4	Reprodução da página inicial do YouTube.....	83
Figura	5	Reprodução da página inicial de perfil no Orkut	87
Quadro	4	Matriz de análise- Orkut	95
Quadro	5	Matriz de análise- Blog	96
Figura	6	Reprodução da página inicial do Blog Lei Rouanet	101
Gráfico	7	Natureza dos <i>posts</i> publicados no Blog Lei Rouanet	106
Gráfico	8	Natureza dos comentários postados no Blog Lei Rouanet	109
Figura	7	Reprodução da página inicial o perfil do Ministério da Saúde no Orkut	112
Gráfico	9	Natureza dos recados no perfil do Ministério da Saúde.....	119
Gráfico	10	Vídeos no perfil do Ministério da Saúde.....	120
Figura	8	Reprodução da página inicial do Blog do Planalto.....	122
Figura	9	Reprodução de <i>post</i> publicado no Blog do Planalto.....	124
Figura	10	Reprodução de <i>post</i> do Blog do Planalto.....	128
Figura	11	Reprodução de <i>posts</i> “depoimento”, publicados no Blog do Planalto	129
Gráfico	11	Natureza dos <i>posts</i> publicados no Blog do Planalto.....	130
Figura	12	Reprodução dos <i>posts</i> “A semana em imagens” e “Exportações superam a marca de US\$150 bilhões em 2009”	131
Figura	13	Reprodução do “Perguntas e respostas”, Blog do Planalto.....	132

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Anatel	Agência Nacional de Telecomunicações
ASPA	Sociedade Americana de Administração Pública
CEGE	Comitê Executivo de Governo Eletrônico
Cetic.br	Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação
CGI.br	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CGU	Controladoria Geral da União
CPF	Cadastro de Pessoa Física
DGE	Departamento de Governo Eletrônico
EGTI	Estratégia Geral de Tecnologia da Informação
FHC	Fernando Henrique Cardoso
GT	Grupos de Trabalho
GTTI	Grupo de Trabalho em Tecnologia da Informação
MinC	Ministério da Cultura
NIC.br	Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ONU	Organização das Nações Unidas
OP	Orçamento Participativo
OPD	Orçamento Participativo Digital
Pronac	Programa Nacional de Apoio à Cultura
SLT	Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação
SISP	Sistema de Administração dos Recursos de Informação e Informática
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
TCU	Tribunal de Contas da União
UNDEPEPA	Divisão de Política Econômica e Administração Pública da ONU

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	14
1.1	DELIMITANDO A PESQUISA.....	15
1.2	OBJETIVOS.....	17
1.3	MÉTODO.....	17
1.4	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	21
2	INTERNET, ESTADO E SOCIEDADE NO BRASIL.....	23
2.1	INTERNET E A PROMESSA DA DEMOCRATIZAÇÃO.....	23
2.1.1	Participação digital e o Estado.....	28
2.2	O ACESSO À INTERNET NO BRASIL.....	34
2.2.1	Interações digitais entre Estado e sociedade.....	39
3	GOVERNO ELETRÔNICO NO BRASIL: UMA ABORDAGEM GERAL..	44
3.1	ENTENDENDO O(S) CONCEITO(S).....	44
3.2	O PROGRAMA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.....	50
3.3	A IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE GOVERNO ELETRÔNICO NO BRASIL.....	53
3.4	A SEGUNDA FASE DO PROGRAMA	57
3.5	DESEMPENHO DO E-GOV NO BRASIL SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO DA ONU.....	63
3.5.1	Nova configuração para avaliação a partir da web 2.0.....	67
4	MÍDIAS SOCIAIS: DO USO INFORMAL A MECANISMOS DE E-GOV.....	69
4.1	WEB 2.0: NOVOS DESIGNS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	69
4.2	A APROPRIAÇÃO DA WEB 2.0 PELO ESTADO.....	73

4.3	ABORDANDO ALGUMAS MÍDIAS SOCIAIS.....	75
4.3.1	Blog	76
4.3.2	Twitter	79
4.3.3	YouTube	82
4.3.4	Orkut	85
5	AS MÍDIAS SOCIAIS NO EXECUTIVO FEDERAL: CULTURA, SAÚDE E PRESIDÊNCIA	90
5.1	DEFINIÇÃO DOS CASOS.....	90
5.2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	93
5.3	MINISTÉRIO DA CULTURA – BLOG LEI ROUANET	99
5.4	MINISTÉRIO DA SAÚDE - ORKUT.....	111
5.5	PRESIDÊNCIA - BLOG DO PLANALTO.....	121
5.6	APROXIMAÇÕES E ESPECIFICIDADES NOS TRÊS CASOS	134
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	137
	REFERÊNCIAS	147
	APÊNDICE A- Quadro-síntese das mídias sociais no Poder Executivo Federal (Junho/2009)	156

1. INTRODUÇÃO

O processo de reestruturação das relações provocado pelo advento da chamada Sociedade da Informação, somado à discussão nascente no início dos anos 90 sobre a crise do papel do Estado diante da falência do modelo de gestão burocrática e intervencionista, gerou nos governos uma necessidade de reforma da administração pública, através de uma melhoria nos serviços oferecidos ao cidadão, maior transparência, descentralização e redução de custos, dentre outras ações (DINIZ et. al., 2009).

Nesse contexto ganha corpo o conjunto de ações governamentais no ambiente *online* conhecido como Governo Eletrônico. Baseado no uso das tecnologias da informação e comunicação (TIC), as administrações públicas passaram a investir nos portais governamentais, numa tentativa de gerenciamento mais eficaz das informações, maior flexibilidade e contato direto com seus públicos.

Esse novo cenário de interações entre Estado e sociedade, tendo a internet como eixo diferencial, incorpora ao debate elementos da discussão sobre democracia, fundando uma série de estudos dedicados especialmente à análise das iniciativas de comunicação digital postas em prática pelos governos, dentre os quais se destacam as discussões envolvendo aspectos como *accountability*, participação e publicidade (AKUTSU e PINHO, 2002; AKUTSU, 2005; SILVA et. al., 2009; VAZ, 2009).

Como questão de fundo, tem-se as indagações sobre como o Estado vem utilizando as ferramentas digitais para melhorar o relacionamento com os cidadãos, diante das facilidades para a publicização das ações das instituições e agentes públicos, prestação de contas e, sobretudo, para o estabelecimento de espaços de interação de mão dupla, onde os entes civis possam se manifestar diretamente aos governos, tendo à sua disposição um espaço- o virtual- com condições de permitir acompanhamento mais efetivo sobre os assuntos em torno da esfera governamental.

Colocadas em xeque essas questões, passa-se agora por um segundo momento, onde novos mecanismos são incorporados ao universo das interações digitais, através do uso das chamadas mídias sociais, ou ferramentas de web 2.0. Com um custo reduzido e menor

complexidade em relação aos *websites* tradicionais, estes novos canais sugerem o estabelecimento de interações ainda mais rápidas e diretas, valorizadas, sobretudo, pelo potencial em ampliar as condições de construções coletivas na rede.

Se por um lado o Estado passa a se apropriar dessas ferramentas na busca por apoio às suas ações, oferecendo informações sem a mediação dos meios de comunicação tradicionais; por outro, a sociedade ganha novos espaços de aproximação com os governos, tendo ampliadas suas chances de representatividade e, quem sabe, potencialmente, sendo estimuladas, a partir disso, a um maior envolvimento nas questões públicas. Nestes termos, esta dissertação busca promover uma reflexão, a partir de comprovação empírica, sobre as dimensões envolvidas no relacionamento digital entre Estado e sociedade, tendo a web 2.0 como espaço onde se dá este encontro.

1.1. DELIMITANDO A PESQUISA

A fim de levantar evidências que venham a contribuir para a compreensão do cenário descrito acima, esta pesquisa propõe um estudo específico em torno do uso das mídias sociais pelo Poder Executivo Federal brasileiro.

Diante da apropriação das mídias sociais pela administração pública federal, a partir de 2009, para fins de comunicação digital junto à sociedade, compondo uma nova fase do E-Gov no Brasil, e tendo em vista as possibilidades e desafios oferecidos por esses novos mecanismos, questiona-se: *Como se vem dando o uso das mídias sociais pelo Poder Executivo Federal enquanto novos canais de interação digital entre Estado e sociedade no sentido de estimular a atividade de participação política?*

Compreender esse processo se faz necessário tendo em vista o crescimento do fenômeno, o que, por sua vez, poderá fornecer resultados significativos em termos de relacionamento entre governo e sociedade nos novos espaços digitais.

Cabe salientar que o uso de tais mídias pelo Estado brasileiro é ainda um processo embrionário, e acompanhar sua fase inicial poderá contribuir para uma análise preliminar sobre o início dessa experiência, com a possibilidade de subsídios para estudos avaliando etapas posteriores. Também pela fase em que o fenômeno se encontra, são poucas ainda as pesquisas científicas desenvolvidas em torno de tal temática.

A proposta é contribuir para a reflexão sobre esta experiência a partir de três casos específicos, todos partes de uma mesma estrutura administrativa. O primeiro é o Ministério da

Cultura, primeira instância dentro da estrutura do Poder Executivo Federal a utilizar as mídias sociais para fins de interação com a sociedade. O segundo caso é o Ministério da Saúde que, a partir de observações preliminares, é a instância dentro da estrutura administrativa federal com maiores índices de participação da sociedade em suas páginas, através de comentários, perguntas, críticas e demais formas de manifestação, não se fazendo ainda neste momento nenhuma avaliação sobre os níveis desta participação.

O terceiro e último caso é a Presidência, cuja análise consideramos relevante pelas implicações possíveis ao se instituir um canal com proposta de participação direta entre a sociedade e o presidente da República, autoridade máxima do país.

Foram consideradas, portanto, três pontas do Poder Executivo, cada uma com suas especificidades e demandas, conforme será abordado no decorrer da pesquisa, embora façam parte de uma mesma estrutura administrativa. Considerar a interação entre Executivo e sociedade, neste caso, implica refletir sobre alguns pontos. 1) O primeiro deles são os possíveis ganhos que o processo pode gerar, em termos de incentivo à participação, por meio da disponibilização de canais com acesso fácil e rápido aos agentes públicos, ou assessores que o representem, e com potencial para manifestação pública; 2) Outro aspecto é a pressão política a que os agentes públicos estão submetidos a partir de tal iniciativa, como parte do jogo democrático e decorrente dessa abertura ao acesso público e direto ao governo, numa obrigatoriedade de responder às demandas apresentadas pela sociedade; 3) Finalmente, os limites sobre a aplicação das tecnologias pelo Estado para fins de comunicação digital com a sociedade, tendo em vista que, apesar do oferecimento de canais cada vez mais fáceis e rápidos de interação, o incentivo à atividade da participação política depende de outros fatores, também com forte dependência da atuação do Estado, mas que antecedem o universo *online*, situando-se no plano histórica da formação da sociedade no Brasil.

Desse modo, a presente pesquisa poderá contribuir ao fornecer não só uma descrição da experiência pelo Executivo, com as características de cada um dos casos estudados, como também uma análise sobre em que aspectos cada uma das páginas estudadas têm contribuído ou apresentam potencial para estimular um maior envolvimento da sociedade nas questões públicas, em negociação direta com o Estado. Concomitantemente, a pesquisa poderá fornecer elementos para a reflexão sobre a exclusão digital e conseqüentes limites da inserção da população de baixa renda e de baixos níveis educacionais aos mecanismos de comunicação digital implementados pelo Governo.

1.2. OBJETIVOS

Com base no problema de pesquisa apresentado, tem-se como objetivo geral analisar o uso das mídias sociais pelo Poder Executivo Federal visando identificar o papel que as mesmas vêm desempenhando na estrutura governamental enquanto uma nova etapa de governo eletrônico e caracterizadas como novos canais digitais com potencial para estimular a participação política dos cidadãos. Vale salientar que o Governo Federal, desde o Livro Verde- que estabelece as bases para a implantação do programa de Governo Eletrônico desenvolvido no país- tem tido um papel de protagonista no desenho da implantação de tecnologias digitais na esfera pública no Brasil. A partir desse direcionamento central, os objetivos específicos deste trabalho podem ser sintetizados nos seguintes pontos:

- (1) Identificar e analisar o uso das mídias sociais pelas diferentes instâncias do Governo Federal investigadas e se há diferenças significativas entre elas, ou se, ao contrário, existe uma padronização na maneira como as mesmas são administradas por aquele Poder;
- (2) Verificar como tem sido a repercussão do uso dessas mídias pelo Governo Federal pelos cidadãos, enquanto canais interativos digitais, a partir da média de acessos e participação através de comentários, críticas, sugestões, envolvimento em debates, enquetes, etc.;
- (3) Observar, dentro do período de tempo investigado, a evolução na sofisticação das próprias páginas investigadas, por meio do oferecimento de novos recursos e mecanismos de interação.

1.3 MÉTODO

Tomando-se como definição a sua natureza, a presente pesquisa se enquadra no modelo qualitativo de análise. Godoy (1995) e Ludke e André (1986), definem como características essenciais desse tipo de pesquisa seu perfil descritivo, enfoque indutivo, o ambiente natural como fonte direta dos dados e a preocupação do investigador com o significado do universo estudado para os indivíduos inseridos naquele contexto, ou seja, as relações estabelecidas na realidade estudada são mais importantes que a realidade em si, considerando-se, portanto, a dinamicidade desta.

Particularmente sobre o enfoque indutivo, vale ressaltar que se trata de um processo baseado na interpretação sobre a realidade observada, ao invés de um conceito pré-concebido antes mesmo da investigação. Como apontam Lakatos e Marconi (1992), são três as etapas fundamentais deste tipo de enfoque: a observação dos fenômenos, a descoberta da relação

entre eles e a generalização da relação entre fenômenos e fatos semelhantes, diante da impossibilidade de se analisar a realidade estudada como um todo, bem como entre todas as partes que a compõem. De modo geral, a pesquisa se desenvolveu com base nas seguintes técnicas:

a) Pesquisa Bibliográfica:

Consistiu no levantamento teórico de referências relacionadas às temáticas sobre internet, participação, governo eletrônico e mídias sociais nos meios impresso e eletrônico. As leituras foram realizadas ao longo dos dois anos de curso, por meio do aprofundamento a referenciais estudados em disciplinas do Mestrado e grupos de pesquisa. De modo complementar, a participação em eventos científicos e busca em periódicos e demais publicações foram importantes fontes de acesso à bibliografia empregada nesta pesquisa. Ressalta-se aqui o estado ainda embrionário de literatura referente a análises das mídias sociais, sobretudo aplicadas a contextos políticos, dado o estado relativamente recente do desenvolvimento de pesquisas sobre essa temática.

A pesquisa bibliográfica teve como finalidade principal fornecer os elementos necessários à construção do embasamento teórico do trabalho, bem como, a partir da consulta a pesquisas anteriores, contribuir para a delimitação das questões a serem examinadas no estudo empírico.

b) Pesquisa Exploratória:

A aplicação desta técnica teve como intuito verificar a incidência de casos de uso das mídias sociais pelos órgãos que compõem a estrutura do Governo Federal. O trabalho se deu com um levantamento inicial realizado no mês de junho de 2009, quando foram feitas buscas pela internet de perfis de mídia social do Poder Executivo em atividade, bem como observado a que instâncias as mesmas se vinculam. O levantamento se deu pela pesquisa de ferramentas desta natureza nos vinte e três ministérios e a Presidência da República, utilizando-se como ponto de partida os próprios portais do Executivo e a página de buscas Google, através de palavras-chave, tendo sido utilizadas para isso o tipo de mídia social (Blog, Twitter, Orkut ou YouTube) associada ao Ministério ou à Presidência.

A pesquisa exploratória foi realizada por categorias de mídia social, tendo sido identificado o uso de páginas de Blog, Twitter, Orkut e YouTube pelo Executivo Federal. A categorização das mídias se torna relevante uma vez que cada tipo de página tem sua origem associada a um objetivo específico, utilizando, para isso, recursos também diferenciados. Por

exemplo, se o YouTube se caracteriza como plataforma para compartilhamento de vídeos, o Orkut se baseia na interação social com uso de texto, foto e vídeos, enquanto o Blog apresenta uma estrutura que permite postagem de textos mais longos, maior diversidade de recursos e costuma ser utilizada por segmentos mais específicos, como jornalistas e pesquisadores. Isso significa que cada uma das ferramentas pode ser utilizada com finalidades específicas pelo governo, buscando tratar, por exemplo, de temáticas específicas ou direcionadas a públicos determinados.

Assim, através desta etapa foram obtidos elementos que permitissem uma contextualização do cenário no qual se insere o universo aqui investigado, Poder Executivo Federal, quanto à distribuição de páginas de mídia social por toda a sua estrutura, o que permitiu uma escolha não aleatória dos casos estudados. Ao invés disso, e conforme critérios especificados anteriormente, cada página foi selecionada tendo em vista a sua relevância no conjunto geral de mídias sociais do Executivo em funcionamento.

Deve-se aqui chamar a atenção para o fato de tratar-se de uma experiência ainda muito recente, somado à própria dinamicidade do meio estudado, o que inviabiliza a obtenção de respostas definitivas. Pelo contrário, esta dissertação busca exatamente identificar o uso das mídias sociais pelo Governo Federal, entendendo-o como um processo ainda em fase de construção inicial.

c) Coleta e análise dos dados:

Selecionados os casos e categorizadas as páginas pelos quatro perfis identificados- Blog, Twitter, Orkut e YouTube- entre os órgãos integrantes da estrutura do Poder Executivo Federal, procedeu-se a coleta e análise do conteúdo exposto em cada uma das páginas escolhidas.

Esta etapa foi realizada com o intuito de acompanhar o uso de tais mídias pelo governo, o que permitiu detectar possíveis alterações e especificidades em cada uso, bem como verificar a existência ou não de um padrão entre elas. Permitiu ainda analisar a inserção dos usuários nesses espaços, ou seja, como se dá sua participação: tiram dúvidas, fazem questionamentos ao governo, expressam opinião sobre as informações divulgadas, abordam questões relacionadas a demandas particulares ou se manifestam numa análise mais macro, etc.

Dentre as estruturas dentro do Executivo que faziam uso de mídia social durante o período exploratório, optou-se por selecionar alguns perfis específicos para análise, diante da dificuldade em examinar minuciosamente cada um dos casos verificados dentro do período

possível para o fechamento desta pesquisa. Tal decisão buscou seguir alguns critérios: 1) representatividade da página dentro da estrutura do Ministério ou Presidência, a partir da temática abordada; 2) tempo de lançamento do perfil; 3) periodicidade nas atualizações e interações com os cidadãos.

Tendo em vista os critérios acima estabelecidos, foram escolhidos três casos para análise, já identificados anteriormente, quando delimitamos a pesquisa: Ministério da Cultura, Ministério da Saúde e Presidência da República. No caso do Ministério da Cultura, a escolha se deu por ter sido o setor dentro da estrutura do Executivo Federal a inaugurar o uso de mídias sociais para interação digital com a sociedade, além de ser atualmente o Ministério com maior número de perfis em atividade, o que confirma a sua relevância.

A inclusão do Ministério da Saúde, por sua vez, justificou-se pelo fato de ser este o que mais efetivamente vem utilizando mídias sociais entre os setores do Governo Federal, com intervenções diárias de usuários, e por empregar as ferramentas para abordar assuntos de grande repercussão no país e de grande vinculação às suas atividades, gerando, conseqüentemente, considerável escopo a ser analisado.

Por fim, a Presidência da República foi inserida na pesquisa por se tratar, no nosso entendimento, de um setor estratégico dentro da estrutura administrativa federal, cuja relevância se assenta na possibilidade de aproximação entre a sociedade e o presidente da República, por meio digital. Além disso, observou-se no perfil de mídia social da Presidência periodicidade diária de atualizações, o que demonstra a dinamicidade da página, pelo menos no que se refere à velocidade na postagem de conteúdos.

A captura dos dados para análise foi feita através do procedimento da navegação orientada, que consiste na observação das páginas na internet a partir de critérios previamente estabelecidos pelo pesquisador, o que facilita a busca e organização das informações encontradas nas páginas examinadas. Para cada um dos tipos de mídia social investigados foram desenvolvidas matrizes de análise, baseadas em estudos anteriores de análise de portais governamentais (LEMOS; MEIRELLES; MORAES, 2007; PINHO, 2008) e de páginas de mídia social (PENTEADO; SANTOS; ARAÚJO, 2009). A conciliação entre diferentes estudos se deu pela inexistência de um modelo consolidado para análise de mídias sociais da administração pública, o que é compreensível tendo em vista tratar-se de um campo de pesquisa relativamente recente. Assim, foram assimilados critérios tanto para a análise de *websites* governamentais quanto para a investigação de mídias sociais para fins de interação social, a fim de criar matrizes que buscassem atender aos objetivos propostos por esta dissertação.

A composição das matrizes de análise partiu ainda de navegações preliminares nos três objetos de pesquisa selecionados, o que funcionou como uma espécie de calibragem, permitindo verificar a ocorrência ou não de certos aspectos a ser investigados. Como procedimento complementar à navegação orientada, foram aplicados testes de *feedback*, a fim de verificar a efetividade das ferramentas interativas, avaliando, por exemplo, o tempo médio de resposta do governo a uma mensagem postada por um internauta. Para isso foram criados perfis de usuários inexistentes (*fakes*) exclusivamente para fins de interação com as páginas do Executivo aqui estudadas, através do envio de mensagens e observação do tempo de retorno.

Coletados os dados, procedeu-se a análise, que teve como parâmetro a discussão teórica apresentada nos capítulos que antecederam o estudo empírico. Foi analisado caso a caso, seguido de um tópico comparativo, cuja finalidade foi apontar algumas especificidades e características comuns entre os três casos estudados, para, com isso, refletir sobre o uso das mídias sociais pelo Poder Executivo enquanto esfera única composta por partes autônomas no que se refere à construção de conteúdos para publicação na internet.

1.4. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro, intitulado *Internet, Estado e Sociedade no Brasil*, busca promover uma discussão a respeito da inserção da internet enquanto tecnologia da comunicação na sociedade. A proposta é, a partir da expectativa inicial em torno do meio, refletir sobre suas potencialidades e desafios tendo em vista experiências vigentes, sobretudo no que diz respeito à apropriação do novo meio para fins de engajamento e participação política.

Esse percurso se torna necessário a fim de fornecer um campo inicial através do qual se desenvolve o tema desta pesquisa, ao apresentar posicionamentos teóricos sob pontos de vista distintos. Somar-se-á a isso, uma abordagem sobre o contexto de posse e uso da internet no Brasil, por considerarmos necessário compreender em que cenário se dá a experiência a ser aqui investigada.

O segundo capítulo traz como título *Governo Eletrônico no Brasil*: uma abordagem geral, onde serão apresentados os pontos principais em torno desse conceito, seguido de uma explanação voltada especificamente para o cenário nacional, onde serão trabalhados os antecedentes e etapas que marcaram a implantação do Programa em âmbito federal para, a

partir daí, observar que espaço o Brasil ocupa em termos de Governo Eletrônico em relação aos demais países, o que é feito a partir dos critérios estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Os relatórios da ONU são utilizados como parâmetro por serem reconhecidos internacionalmente como um dos principais instrumentos de avaliação de Programas de E-Gov, tanto pelos organismos internacionais relacionados à temática quanto pelos próprios Estados. Sua classificação é inserida no trabalho como forma de contribuir para a compreensão sobre os procedimentos instaurados pelo Programa de Governo Eletrônico no Brasil em termos de interação digital com a sociedade.

No terceiro capítulo, *Mídias sociais: do uso informal a mecanismos de E-Gov*, a proposta é contextualizar essa nova etapa da internet, a partir do desenvolvimento de recursos alternativos de interação social, que passam, num segundo momento, a ser utilizadas também pelas administrações públicas, o que deixa claro o posicionamento da pesquisa em compreender as mídias sociais enquanto parte de processos de Governo Eletrônico, que, com características próprias, são utilizadas de modo complementar aos portais governamentais tradicionais.

Após a abordagem teórica desenvolvida nesses três capítulos, parte-se para o estudo empírico, no capítulo intitulado *As mídias sociais no Executivo Federal: Cultura, Saúde e Presidência*. Conforme explicitado anteriormente, serão analisados os conteúdos publicados nos perfis de mídia social do Poder Executivo Federal especificamente nos Ministérios da Cultura e Saúde e na Presidência da República, por meio das páginas “Blog Lei Rouanet”, “Orkut Ministério da Saúde” e “Blog do Planalto”, respectivamente.

Por fim, nas considerações finais são feitos alguns apontamentos a partir da relação entre os dados obtidos com a pesquisa empírica e o conteúdo apresentado nos capítulos teóricos, numa tentativa de promover uma amarração entre pontos discutidos durante o trabalho e fornecer elementos que possam contribuir para a reflexão sobre o tema discutido nesta pesquisa.

2. INTERNET, ESTADO E SOCIEDADE NO BRASIL

Este capítulo discute a inserção da internet enquanto meio para apropriação social e política, apresentando diferentes perspectivas de reflexão teórica sobre o tema. Para isso se divide em duas seções. A primeira, *Internet e a promessa da democratização*, traça as bases nas quais se assenta a questão central desenvolvida neste trabalho, ao levantar aspectos como a expectativa em torno dos potenciais do meio digital, sobretudo estímulo à participação e possibilidades de uso para fins de ação política. A segunda seção, *O acesso à internet no Brasil*, mostra as diferenciações nos níveis de contato e motivações para uso da rede, tendo em vista a necessidade de se compreender o cenário no qual se dá a experiência empírica analisada neste estudo. Serão apresentados os avanços e as distorções no acesso à internet por regiões do país, perfil dos usuários, finalidades de uso e particularidades das interações digitais com o Estado.

2.1. INTERNET E A PROMESSA DA DEMOCRATIZAÇÃO

Quando a internet saiu do ambiente militar, seu local de origem, e, por meio de um processo de privatização¹, passou a fazer parte do universo das organizações e da sociedade de modo geral, no início dos anos 90, ela assumiu imediatamente um papel de protagonismo nas expectativas em relação às formas de interação social e discursiva. Isso porque, o novo meio se instalava em um contexto onde os já consolidados formatos massivos de comunicação- jornal, rádio e televisão- eram vistos com certo descrédito, o que se baseava fundamentalmente na forma unilateral de produção e transmissão de conteúdos através da qual eram conduzidos aqueles veículos.

Assim, tal como aconteceu com o rádio e posteriormente com a televisão, a chegada da internet enquanto nova tecnologia da informação e comunicação representou a

¹ A internet tem suas origens na Arpanet, uma rede de computadores criada em 1969 pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), sob responsabilidade do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Tendo a internet como seu principal instrumento, cabia à ARPA “mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética” (CASTELLS, 2003, p.13).

possibilidade da construção de uma nova ordem social, com condições mais justas de acesso e de produção de conteúdos, substituindo a lógica de unilateralidade na produção pela construção em mão dupla. Por essas características, que lhe conferiam potencial democrático, e que desde o início lhe foram atreladas, mais do que uma mídia baseada na convergência de tecnologias, a internet surgia com a promessa de ser um ambiente de “iguais”, onde todos poderiam se posicionar com as mesmas chances, corrigindo, assim, “distorções” comuns tanto nas outras tecnologias de comunicação- dominadas por grupos- quanto, e principalmente, no próprio espaço social (CASTELLS, 2003).

Toda essa expectativa gerou num primeiro momento a defesa de um discurso notadamente exagerado quanto aos reais efeitos da internet para o incremento da democracia, o que ficou presente na literatura produzida sobretudo até meados dos anos 90, através dos chamados ciberotimistas. (FISHKIN, 2002; LÉVY, 1999; 2003; NEGROPONTE, 1995). Lévy (1999), por exemplo, fala em cidadãos politicamente mais ativos e socialmente mais conscientes do que os cidadãos *off line*, e Fishkin (2002) atribui ao novo meio a capacidade de alterar positivamente a maneira como as pessoas interagem e se comunicam entre si.

Seria a chance de finalmente se estabelecer a deliberação pública por meio de um canal que ignorasse as dimensões de tempo e espaço, não exigindo uma interação face a face, e ampliando, com isso, as possibilidades de “encontros” no ambiente digital.

Toda essa prospecção pode ser mais bem compreendida se tomarmos por base as palavras de Peter Dahlgren (2005), ao apontar que a efetivação de processos de deliberação pública requer a existência de espaços capazes de promover condições de interação discursiva. Para os ciberotimistas, a internet representaria o meio capaz de realizar essa condição, promovendo uma revolução nas formas massivas de comunicação até então presentes nas sociedades.

Num segundo momento entram em jogo os ciberpessimistas, ou cibercéticos, que irão se confrontar diretamente com as idéias defendidas pelos seus antecessores ao negar a idéia de uma relação direta entre internet e práticas democráticas. Para estes autores, a rede apenas aprofundaria as desigualdades do universo presencial, devido a fatores como a desigualdade no acesso, a vigilância, o domínio de grupos nos conteúdos circulantes na rede, dentre outros (COMASSETO, 2003; WOLTON, 2007). A dificuldade de acesso, por exemplo, colocaria em situação marginal algumas camadas sociais, e as informações direcionadas circulariam também na rede, fechando um ciclo de controle social do qual os meios tradicionais já faziam parte. Comasseto (2003) chega a defender a idéia de uma liberdade simulada, com ilusão de inclusão e participação.

Passado o momento inicial de euforia e dos discursos mais inflamados, a preocupação central sobre a internet já não consiste em refletir se ela irá ou não promover uma nova ordem social, já não se trata de discutir a existência ou não de um potencial de mudança. Nessa perspectiva, ganham destaque termos associados à democracia digital, tais como ciberdemocracia, e-democracia, democracia eletrônica, democracia virtual, dentre outros.

A questão agora é compreender que, por mais que a internet, enquanto plataforma, ofereça uma série de novos recursos de interação, a um baixo custo e sem exigir que sujeitos participantes dividam o mesmo espaço físico ou o mesmo espaço de tempo, ela não será capaz, por si só, de garantir que as interações que abriga ganhem eco e se transformem em formas mais amplas e democráticas de negociação.

Isso não significa dizer que a internet não seja capaz de oferecer instrumentos que colaborem para que uma real alteração nas interações discursivas aconteça. Deve-se reconhecer que esse novo meio carrega um potencial interativo nunca antes visto, se tomarmos como base os canais massivos tradicionais. No que se refere ao seu caráter público, “ao aumento de informação política e conhecimento público das matérias e questões políticas, talvez jamais a cidadania tenha estado tão bem fornida de insumos” (GOMES, 2008, p. 308).

Assim como a extensão no estoque de informações armazenadas, a possibilidade de acesso a minorias e excluídos, a superação dos limites de tempo e espaço, a vantagem do anonimato e a velocidade e comodidade oferecidos, todos esses pontos, usados pelos que se colocam como defensores da rede, devem ser reconhecidos.

No entanto, deve ser salientada a diferença entre o potencial da internet em, de um lado, oferecer mecanismos colaborativos e, de outro, configurar-se como a transformação em si. As possibilidades existem, mas não há garantias, tendo em vista um complexo de outras questões que compõem esse cenário e que interferem diretamente na forma como as interações são desenhadas dentro da rede virtual.

A literatura mais recente sobre o tema aponta a necessidade de se colocar essas ponderações como eixo direcionador central, a fim de que as expectativas exageradas sejam substituídas por análises mais consistentes (DAVIS, 2001; LANDTSHEER; KRASNOBOKA; NEUNER, 2000; MAIA, 2008).

Para Rousiley Maia (2008), o questionamento sobre o potencial democrático ou não da internet pode levar a alguns equívocos:

Em primeiro lugar, se as novas tecnologias podem proporcionar um ideal para a comunicação democrática, oferecendo novas possibilidades para a participação descentralizada, elas podem também, sustentar formas extremas de centralização do poder [...]. Em segundo lugar, é preciso levar em consideração que, para fortalecer a democracia, são necessárias não apenas estruturas comunicacionais eficientes, ou

instituições propícias à participação, mas também devem estar presentes a motivação correta, o interesse e a disponibilidade dos próprios cidadãos para engajar-se em debates (MAIA, 2008, p. 278).

O potencial de construção de esquemas horizontais de comunicação, portanto, não exclui que formas verticalizadas e hierárquicas se propaguem também na rede virtual, reproduzindo uma lógica dos espaços presenciais, desde a interação face a face à comunicação mediada pelos canais massivos tradicionais. Do mesmo modo, para além da qualificação técnica e da garantia das condições de acesso- o que passa por políticas públicas de inclusão digital e para aquisição de equipamentos- os indivíduos continuarão dependentes de uma série de outros recursos, inclusive cognitivos, para garantir a sua participação nos espaços virtuais.

O próprio Castells (2003), um entusiasta das novas tecnologias, já fazia essa ressalva, ao apontar que, embora a rede ofereça facilidades, a capacidade de localizar informações e transformá-las em conhecimento requer habilidades específicas por parte do usuário. Do mesmo modo, o ciberotista Lévy (1999) pondera sobre a necessidade da presença de recursos cognitivos como requisitos que garantam a participação ativa diante das oportunidades que o ciberespaço oferece.

Esses recursos, por sua vez, fazem parte de um domínio mais amplo ao se pensar requisitos para participação: a qualificação política, imprescindível para atuação em espaços públicos enquanto “espaços de conflito que têm a argumentação, a negociação, as alianças e a produção de consensos possíveis como seus procedimentos fundamentais” (DAGNINO, 2002, p.285). A inexistência de qualificação política, ou seja, do reconhecimento da autonomia e da pluralidade como requisitos básicos da convivência democrática, dificulta a profundidade de interações também no espaço virtual, alterando, conseqüentemente, a compreensão em torno dele.

Enxergar a internet enquanto local de interação pública, onde sociedade e Estado possam negociar, é, antes de qualquer coisa, compreender que as exigências capazes de efetivar a participação cidadã continuam sendo as mesmas exigidas para interação nos espaços públicos presenciais, o que retira da rede o *status* de esfera pública em si, para transformá-la em local através do qual uma série de elementos podem ser desenvolvidos de modo a compor este cenário.

Do mesmo modo como é necessário aptidão por parte dos sujeitos para extrapolarem as barreiras à interação digital, é imprescindível que o Estado tenha também interesse em criar condições de estímulo à democracia, utilizando a internet como instrumento e processo. Nas

palavras de Marques (2008, p.248), é preciso, portanto, “considerar fatores relativos ao arranjo social e político que são anteriores ao advento dos *media* digitais, tais como a disposição dos agentes e instituições em compartilhar poder e o estímulo dos cidadãos em acreditar e utilizar as ferramentas”.

Estando os sujeitos aptos a participar de tais encontros e os governos dispostos a incluir os cidadãos nas discussões da esfera pública, as ferramentas estarão disponíveis e poderão inclusive gerar novas formas de interação, condizentes com as características do meio. Quanto maiores as chances de interação, mais a sociedade civil poderá cobrar ações do governo, fiscalizar a atuação dos agentes públicos, acompanhar os procedimentos relacionados ao funcionamento do Estado, podendo usar a internet em seu favor. Do mesmo modo, quanto mais o governo entender a internet enquanto elemento de aproximação com a sociedade, mais ele estará contribuindo para o exercício democrático.

Diferentemente, o que as experiências têm mostrado é que tanto o Estado quanto a sociedade não conseguem ainda explorar totalmente o potencial democrático oferecido pela rede (GOMES, 2008). Por parte do Estado, o que se verifica, na maior parte dos casos, é a valorização da publicidade, da visibilidade pública. Isso é feito através, por exemplo, da disponibilização de informações sobre as atividades da instituição, documentos oficiais, ferramentas para acompanhamento de ações em tramitação, dentre outras ações (SILVA et. al., 2009). Questões relacionadas à *accountability*, termo referente à “responsabilidade, a obrigação e a responsabilização de quem ocupa um cargo em prestar contas segundo os parâmetros da lei” (PINHO; SACRAMENTO, 2009, p. 1348), também têm merecido algum destaque pelos órgãos públicos em suas formas de comunicação digital, por meio da exposição de contratos e processos de licitação, relatórios de gestão e orçamento, para citar alguns.

No entanto, os canais de participação continuam ainda pouco explorados, inviabilizando relações mais consistentes entre Estado e a sociedade tendo a internet como principal intermediário. Embora os *websites* da administração pública venham disponibilizando informações como contatos diretos dos agentes públicos, permitindo, na maioria dos casos, a interação via *e-mail*, formas mais sofisticadas como fóruns, chats, campo para exposição de comentários ou intervenções públicas dos cidadãos ainda são pouco explorados.

Essa limitação nos usos de ferramentas de cunho participativo se constitui, em alguma medida, como proteção à imagem dos agentes públicos, ao reduzir as chances de desgaste possível a partir de posicionamentos contrários ou cobranças dos cidadãos. De modo mais

amplo, os projetos digitais acabam representando uma reprodução do modo de se fazer política nos espaços presenciais, com a transposição de modelos de democracia para a esfera digital. (GOMES, 2007)

Esses apontamentos conduzem à visão de que a contribuição da internet para alterações positivas nas relações entre Estado e sociedade depende da ativação do potencial democrático do meio, o que demanda investimento técnico, cognitivo e político de ambas as partes envolvidas. Assim, nem ágora digital, nem instrumento de manipulação social, a internet pode ser vista como “um campo de oportunidades e constrangimentos” (MAIA, op.cit., p.288), cujas características dominantes se tornam mais ou menos visíveis conforme a apropriação que é lhe é feita.

2.1.1. Participação digital e o Estado

Em seu artigo “*Tecnologías de la comunicación: el factor internet*”, Davis (2000), ressalta a dificuldade em se analisar com maior profundidade os reais impactos do uso político do meio digital, visto tratar-se de um fenômeno ainda recente. O autor, no entanto, ao avaliar o potencial participativo das ferramentas *online*, reforça a expectativa gerada em torno deste ponto:

A internet se le ve como um vehículo de formación individual, estímulo de la participación cívica, instrumento de medición de la opinión pública, canal de facilitación del acceso de los ciudadanos a los funcionarios de la Administración, plataforma de foros públicos, mecanismos de simplificación del procedimiento de inscripción de los votantes, e incluso factor de estímulo del propio voto² (DAVIS, 2000, p.13).

Vê-se, portanto, que à internet foi atribuído o papel de resolução aos baixos índices de participação política frequentes na esfera presencial, tendo como característica intrínseca- pelo menos aos olhos dos mais otimistas- a capacidade de alterar padrões anteriormente existentes e que se relacionam a um quadro mais amplo. Cabe neste momento um parêntese para uma rápida reflexão sobre este aspecto, que tem raízes históricas, pensando especificamente aqui a realidade do Brasil.

² A internet é vista como um veículo de formação individual, de estímulo à participação cívica, como um instrumento para medir a opinião pública, canal de facilitação do acesso dos cidadãos aos funcionários da Administração Pública, plataforma de fóruns públicos, mecanismos de simplificação do procedimento de registro de eleitores, e até mesmo fator de estímulo do próprio voto (tradução nossa).

Analisando o tema da participação da sociedade civil, Fleury (2006), aponta que o processo de apatia política e descrédito com os agentes públicos, refletindo um entrave à cidadania, tem suas origens ainda na colonização do país, diante de um “obscurantismo em relação à educação” (FLEURY, 2006, p.39), seguido pela emergência de um Estado desenvolvimentista conservador, onde o aparato estatal servia para incluir e cooptar classes urbanas e burguesia emergente, gerando marcas ainda hoje difíceis de serem corrigidas. Com isso, “as impossibilidades de romper com os interesses do tradicional setor agroexportador, de cujo excedente dependia o projeto de industrialização, teve implicações profundas na manutenção de uma cultura política e uma institucionalidade excludentes” (FLEURY, 2006, p.40).

De modo semelhante, ao pensar as relações contemporâneas entre Estado e sociedade civil no Brasil, Nogueira (2004) aponta, dentre uma série de questões, dois pontos importantes para a compreensão do debate aqui apresentado. O primeiro diz respeito ao ritmo burocrático da gestão pública, e, por mais que sejam desenvolvidas estratégias de modernização- e aqui se incluem as TIC- os ritos burocráticos continuam lentos, não acompanhando a velocidade proporcionada pelos meios digitais, o que representa, já de início, uma barreira à idéia de participação *online* como resolução para os problemas postos no ambiente *off line*.

O segundo ponto defendido pelo autor diz respeito à necessidade de se compreender a sociedade civil distante de uma perspectiva comunitarista, tendo em vista que as causas que movem os cidadãos- também como consequência de um processo histórico- coexistem num território de interesses, abrigando também valores escusos e egoístas. Assim, as motivações da sociedade tendem também a ser defendidas pela vontade de indivíduos e/ou grupos que detêm a liderança entre os demais, e que podem direcionar os processos de mobilização segundo os seus interesses.

Vale salientar que essa colocação não descredencia todo um processo de mobilização da sociedade civil organizada, cujos primeiros agentes no Brasil aparecem nos anos 60 e 70, com forte atuação nos anos 80 (DAGNINO, 2002). É evidente a importância dos movimentos sociais, entidades de classe e demais organizações da sociedade civil para pensar uma nova conjuntura social junto ao Estado. Por outro lado, é preciso também indagar a que tipo de participação a sociedade se propõe investir, quais as suas motivações e causas que movem o interesse pela inserção nos debates públicos, inclusive pela internet. Segundo Nogueira, (2004, p.129),

A rigor, ainda que nem toda participação seja imediatamente política, não há participação que não se oriente por algum tipo de relação com o poder- tanto com o

poder de outros atores quanto com o de determinados centros organizacionais e decisórios [...]. Vale-se, portanto, de recursos (políticos, técnicos, financeiros, intelectuais) próprios ou disponíveis em alguns espaços comuns.

Alguns estudos recentes sobre participação política e internet têm apresentado perspectivas distintas na abordagem sobre como se vem dando a atuação dos cidadãos nos espaços virtuais. Por exemplo, Cammaerts e Audenhove (2005) sugerem que, embora a globalização e as TIC tenham gerado um contexto social de cidadania sem fronteiras, o uso da internet enquanto meio interativo e construção de uma esfera pública transnacional é fraco por ser ideologicamente homogêneo, uma vez que tende a unir em espaços de diálogo virtual, cidadãos com posicionamentos comuns.

Já autores como Best e Krueger (2005) afirmam que as capacidades cívicas exercidas tradicionalmente no mundo político não necessariamente facilitam a participação política *online* e que o acesso aos recursos da internet tende a influenciar a participação. Contrariamente, La Due Lake e Huckfltdt (1998) defendem que o nível educacional continua sendo o fator mais importante para a mensuração do grau de participação política, sem grandes diferenciações ao se aplicar à realidade dos espaços digitais.

Pensando aqui o oferecimento de insumos às relações digitais com a sociedade, faz parte do conjunto de obrigações do Estado ampliar as condições de participação, através do aperfeiçoamento dos seus canais digitais de interação, alimentando os cidadãos para que estes, munidos de informação de qualidade, tenham maiores possibilidades e interesse em exercer ação política. Referimo-nos a informação de qualidade aqui como informações claras, sem linguagem técnica, e referentes a questões relevantes dentro do âmbito de atuação da administração pública.

Tradicionalmente, os governos têm explorado alguns canais *online* para interagir com a sociedade, desde recursos mais simples, como espaços para envio de perguntas, dúvidas e sugestões, e *e-mail*- com canal para a instituição ou para o agente público; até formas mais sofisticadas, embora em menor grau, como *chats*- geralmente para discussão de temáticas específicas- e fóruns- que costumam contar com a participação de especialistas no assunto a ser tratado, onde a população “leiga” pode ou não emitir opinião, a depender das regras previamente estabelecidas. Se algumas dessas formas apenas reproduzem canais disponíveis nas relações presenciais- por exemplo, o e-mail em substituição à carta ou telefone- apenas adaptando-se às características do novo meio e apresentando vantagens como o baixo custo, maior comodidade e menor tempo gasto em relação às formas anteriores de comunicação, outras modalidades parecem se configurar como recursos que dificilmente conseguiriam

mobilizar tantos participantes se ocorressem em espaços presenciais, como um *chat*, por exemplo, onde um cidadão, situado em qualquer espaço físico, pode ter acesso direto a um agente público, tendo a possibilidade de receber retorno imediato dele, o que possivelmente não aconteceria fora da internet, diante das dificuldades em se viabilizar ocasiões como esta.

A apropriação da internet com finalidades de ação política se estende aos canais criados pela própria sociedade civil, a exemplo de *sites* e páginas das redes sociais para debater questões, mobilizar grupos e, sobretudo, buscar dar maior visibilidade a questões públicas, partindo de abordagens levantadas inicialmente ou não pelos meios massivos de comunicação, buscando servir de fonte e dando a um determinado tema repercussão capaz de atingir a esses espaços (LEMOS; NOVAS, 2005); para tentar promover a participação por meio da auto-suficiência da rede, independentes da grande mídia e dos canais da própria administração pública, assumindo, em muitos casos, mais um papel persuasivo do que de confronto (POSTMES; BRUNSTING, 2002); ou, ainda, como forma de pressão política, em casos de ativismo virtual (DEIBERT, 2000).

Em experiências envolvendo diretamente Estado e sociedade no Brasil, dentre as ações de maior peso já implementadas, tem-se o caso dos orçamentos participativos digitais (OPD), uma expansão ao OP realizado presencialmente e cuja experiência mais conhecida no Brasil se deu na cidade de Porto Alegre (RS). Investigando a prática do OPD a partir do processo realizado em Belo Horizonte (MG), Abreu (2009) faz algumas constatações interessantes e, num posicionamento crítico, aponta que também no caso do OP digital, embora seja este um processo baseado numa lógica contra-hegemônica, o uso da internet parece não provocar grandes avanços em termos de participação política capaz de romper com a lógica democrática liberal. Nas palavras do autor,

pelas características que foram observadas nesta experiência é possível que até o nome “orçamento participativo” soe inadequado, haja vista que esta iniciativa pouco tem a ver com a concepção original de um OP e menos ainda com sua dinâmica e sua prática (ABREU, 2009, p.125).

Essa constatação corrobora com a premissa adotada por este trabalho de que a internet, sobretudo quando aplicada para fins de ação política, não é suficiente para promover mudanças que extrapolem conjunturas mais amplas que cercam os contextos sócio-políticos onde se inserem os sujeitos que interagem nos espaços virtuais.

A política partidária também tem utilizado a internet com mais intensidade. Tanto partidos como os próprios políticos e candidatos passam agora a lançar *sites* e perfis em redes sociais para interagir diretamente os eleitores/ cidadãos (LANDTSHEER; KRASNOBOKA;

NEUNER, 2000; CHAIA, 2007). Ampliam-se os canais para apresentação da plataforma política e sondagem de opinião, embora venham sendo verificadas aplicações da rede como espaços de reprodução do jogo político eleitoral, por meio do ataques e acusações a adversários (AGGIO, 2009).

Em âmbito institucional federal, os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário têm buscado aprimorar sua comunicação digital, através da ampliação dos serviços oferecidos, canais de inclusão de minorias e pessoas com deficiência, dentre outras iniciativas, embora ainda com pouca abertura aos canais de participação cidadã. A Câmara dos Deputados, por exemplo, lançou recentemente o e-democracia, um portal voltado para a “discussão e o compartilhamento de conhecimento no processo de elaboração de políticas públicas e projetos de lei de interesse nacional”³. A página conta com comunidades para discussão e acompanhamento de projetos, fóruns com especialistas sobre assuntos em tramitação na Câmara, dentre outras propostas.

Também os órgãos reguladores, a exemplo da Controladoria Geral da União (CGU)⁴ têm seguido este caminho, oferecendo canais para consulta a documentos públicos, fiscalização de gastos do governo e possibilidade de denúncias contra fraudes a ações irregulares da administração pública.

Num amplo estudo envolvendo a relação entre participação política e internet, a partir das experiências do Executivo e Legislativo federais no Brasil, Marques (2008), ao argumentar sobre os canais de *input* dos projetos governamentais, apresenta cinco fatores para questionamento do potencial participativo do meio, enfatizados na literatura: 1) Não há uma relação direta entre aperfeiçoamento dos canais interativos e aumento da participação cidadã; 2) Nem todos os canais de participação podem ser associados à participação efetiva, ou aproximação entre agentes públicos e sociedade; 3) Os canais participativos mais enfraquecem do que aperfeiçoam a democracia; 4) Os canais digitais estão a serviço de grandes corporações ou servem à prática de monitoramento do Estado; 5) Agentes e instituições públicas não estão dispostos a promover participação digital ou quando o fazem não é dada a devida atenção.

Explicando melhor, o primeiro fator se sustenta na idéia de que os arranjos políticos e traços culturais, que são próprios de cada sociedade, interferem diretamente no nível de envolvimento dos cidadãos. No segundo ponto, a existência de canais de participação oferecidos por sites governamentais, como sondagem de opinião, não necessariamente

³ <http://www.edemocracia.camara.gov.br/publico/comoparticipar>. Acesso em 20 de maio de 2010.

⁴ <http://www.cgu.gov.br/>. Acesso em 18 de maio de 2010.

fomentam participação a ponto de se converter em contribuição direta para elaboração de política pública, já que o que se pede ao cidadão é que ele expresse sua opinião, o que geralmente é descontextualizado e com intuítos previamente pensados, ou seja, não há estímulo ao debate.

A terceira crítica se assenta sobretudo no argumento de que, se os recursos da internet rompem as barreiras de tempo e espaço, colaborando para a formação de comunidades de interesse, em médio e longo prazo podem se formar grupos fechados, inviabilizando a execução de ações que não contemplem os interesses da maioria. Além disso, promovendo ações contrárias à lógica de defesa democratizante, alguns grupos podem também se articular pela internet.

O quarto fator de oposição diz respeito à valorização da internet enquanto local de caráter eminentemente comercial, ideal para a venda de produtos, além da constatação de que sua infra-estrutura é dominada por poucos grupos empresariais, o que, segundo os defensores dessa linha, teria efeito negativo nos processos de participação digital. Do mesmo modo, no caso do governo, entendendo-se existir uma relação assimétrica entre governantes e governados, aumentar-se-iam as chances de manipulação por parte do poder público.

No quinto ponto, se os representantes políticos não se mostrarem dispostos a absorver a idéia de uso da internet como canal de aproximação com a sociedade, adotando modelos que favoreçam essa participação, a simples possibilidade de acesso aos recursos não apresentará efeitos. Especialmente este ponto é fácil de ser constatado pelos resultados de pesquisas empíricas que vêm sendo desenvolvidas, tendo como objetivo práticas em países e estados com diferentes níveis de desenvolvimento, o que comprova o uso ainda incipiente da ferramenta.

A partir desses cinco fatores que se desenham como pontos centrais de autores dedicados à crítica sobre o potencial democrático da internet, Marques (2008) argumenta no sentido de uma necessidade urgente de reconhecimento quanto à valorização dos canais participativos enquanto instância especial em projetos políticos que pretendam ter suas oportunidades de interferências da sociedade redesenhadas a partir do uso das TIC.

Isso porque é exatamente através dos canais oferecidos que os cidadãos vão poder empregar as informações e habilidades adquiridas para se envolverem de forma qualitativamente superior na discussão da coisa pública. Há, ademais, uma ligação natural entre o tipo de canal ofertado (bem como o modo pelo qual se dá tal oferta) e o estímulo dos cidadãos em tomar parte no jogo político. Assim, se perceberem que os dispositivos não permitem uma participação mais aprofundada ou que tais artifícios não merecem credibilidade, a tendência, certamente, será de rejeição ao emprego de tais recursos. (MARQUES, 2008, p.257)

É necessário, portanto, que os projetos políticos contemplem o progressivo aprimoramento das ferramentas, ao mesmo tempo em que permitam à população pensar conjuntamente o desenvolvimento desses canais. Ademais, é preciso ampliar as políticas de acesso aos serviços *online*, visto as disparidades verificadas na distribuição do acesso às TIC pelo país.

2.2. O ACESSO À INTERNET NO BRASIL

Dadas as possibilidades de impacto bidirecional da internet e tendo em vista a necessidade, por parte do governo- em parceria com o as instituições privadas, acadêmicas e não-governamentais- de promover políticas de universalização, faz-se válido considerar o cenário no qual tais necessidades se instauram. Como alerta Sorj (2003), pensar a participação *online* requer o oferecimento das devidas condições de acesso- que ultrapassam a esfera física- à população, caso contrário pode-se aumentar o fosso entre os cidadãos conectados e os demais, contribuindo para o aprofundamento da desigualdade.

No caso do Brasil, algumas instituições vêm se dedicando a investigar dados que permitam fornecer um quadro sobre a inclusão digital, entre os diferentes segmentos sociais. Uma delas é o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que, anualmente publica a “Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no país- TIC Domicílios e TIC Empresas”. A pesquisa é coordenada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC.br), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br).

Ao longo dos cinco anos consecutivos de realização, a pesquisa tem apresentado inovações como a inclusão da investigação em áreas rurais do Brasil (CGI.br, 2009), e um estudo adicional sobre a posse e uso das TIC por crianças na faixa etária entre 5 e 10 anos (CGI.br, 2010).

Em sua quinta edição, publicada em 2010, a pesquisa demonstra que os fatores dominantes para concentração de acesso à internet continuam sendo renda familiar e região do país. Na pesquisa TIC Domicílios, foram realizadas entrevistas presenciais em 19.998 residências, com indivíduos a partir dos 10 anos de idade. Deste total, 8.247 foram enquadrados como usuários de internet, definidos, segundo a pesquisa, como “pessoas que a usaram pelo menos uma vez nos últimos três meses” (CGI.br, 2010, p.100) anteriores à

entrevista. A esse total, acrescentou-se uma amostra extra de 1.500 usuários, totalizando 9.747 pessoas, às quais foram aplicadas questões específicas sobre internet.

De modo geral, os dados relacionados à aquisição de computadores pessoais e de acesso à rede apontam para um cenário ainda insatisfatório no que diz respeito à inclusão digital, apesar do aumento progressivo nos dois casos. Na zona urbana, embora desde a primeira edição da pesquisa, em 2005, tenha sido verificada uma ampliação na proporção de domicílios com acesso à internet, a taxa de crescimento do número de domicílios com computadores sem acesso à rede permanece progressivamente superior, como deixa claro o gráfico a seguir:

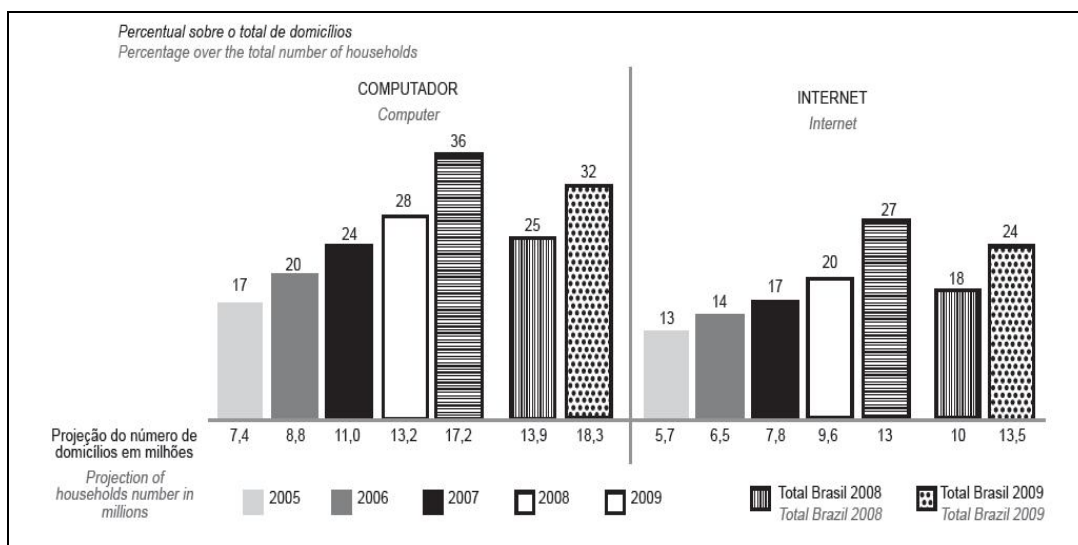


Gráfico 1: Posse de computador e internet no Brasil

Fonte: CGL.br, 2010, p.123

A partir dos dados apresentados no gráfico acima, o crescimento médio anual na proporção de domicílios com computador na zona urbana foi de 21% e o acesso à internet foi de 20% nos últimos cinco anos, com 35% de aumento entre 2008 e 2009. Esses índices representam, na área urbana, cerca de 3,6 milhões de domicílios com computador e sem acesso à rede em 2008, e 4,2 milhões em 2009. Incluindo a zona rural, tem-se, segundo a pesquisa, uma média de cinco milhões de domicílios com computador sem acesso à Internet no país.

Com a distribuição dos dados por região do país, fica mais evidente a relação entre renda financeira e acesso às TIC, já que os maiores índices se concentram nas regiões economicamente mais desenvolvidas do país. O gráfico abaixo traduz melhor esses

resultados, através de uma progressão no número de domicílios com computadores e acesso à web ao longo dos últimos cinco anos:

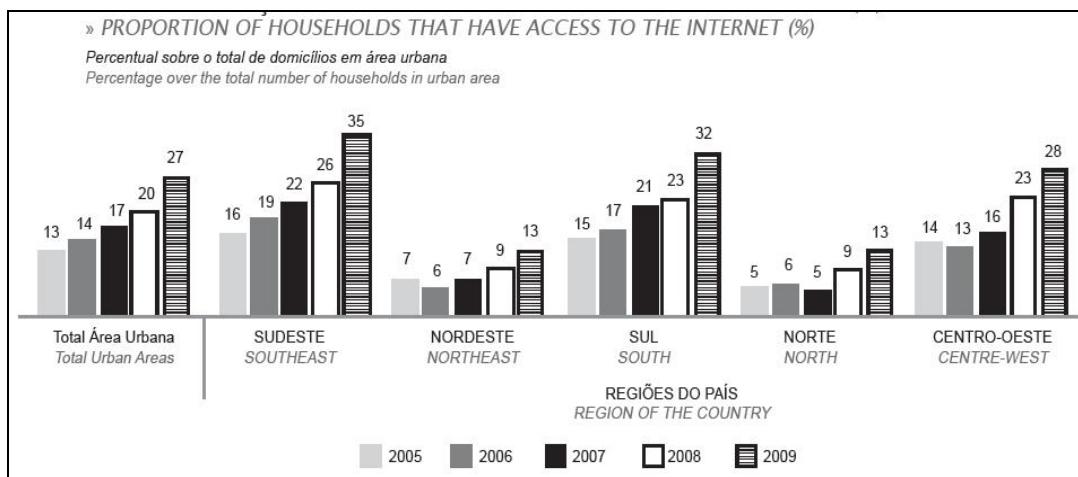


Gráfico 2: Proporção de domicílios com internet por regiões do país

Fonte: GCI.br, 2010, p.123

Tomando-se como base a média nacional de 27% dos domicílios urbanos com acesso à internet em 2009, as regiões Norte e Nordeste apresentam as piores classificações, ambas com 13%, embora a primeira venha apresentando a maior taxa média de crescimento ao longo dos cinco últimos anos (25%). Já as regiões Centro-Oeste (28%), Sul (32%) e Sudeste (35%) se posicionam acima da média nacional. O aumento progressivo das regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste entre 2005 e 2009 foi de respectivamente 15%, 20%, 21% e 22%. Vale salientar que a região sudeste concentra ainda em média 50% da população nacional⁵.

Em números reais, conforme a pesquisa, o total de domicílios da zona urbana pesquisados com computadores sem acesso à internet chegou a quatro milhões em 2009, o dobro do verificado em 2005. Somando-se a esse índice os domicílios da zona rural, o número de domicílios brasileiros sem acesso à Internet em 2009 foi de cerca de cinco milhões, demonstrando ainda um alto custo no serviço.

Quanto ao *tipo de conexão*, se nas primeiras edições da pesquisa predominava a internet discada, a partir de 2007 começou a haver uma inversão, com ampliação do percentual de domicílios com internet banda larga, a um aumento médio de 32% anual desde

⁵ CGI.br, 2010, p.120.

2005. Em 2009, 66% dos computadores acessavam a internet por banda larga. Paralelamente, o acesso discado caiu 26% no mesmo período⁶.

Outro ponto investigado foram os motivos para a inexistência de computadores nas residências. Apesar das políticas governamentais de incentivo à aquisição dessas máquinas, o custo elevado foi apontado pelos 74% do total de entrevistados como a grande barreira de acesso, inclusive entre famílias com renda acima de cinco salários mínimos (40%). As outras opções apontadas foram falta de interesse (30%), falta de habilidade (24%), possibilidade de acesso em outro lugar (10%), baixo custo-benefício (6%) e outros motivos (1%).

De modo semelhante, nos casos de entrevistados sem computador pessoal, a falta de habilidade foi apontada como principal barreira para acesso à internet por mais da metade dos entrevistados nesta categoria (53%), um percentual elevado em uma sociedade dita digital, o que evidencia a necessidade de ampliação nos investimentos voltados para a educação no setor. Dentre as habilidades consideradas estão “busca de informações e serviços *online*”, “enviar e-mails com arquivos anexados”, “enviar mensagens em salas de bate-papo”, “usar um programa para trocar filmes, músicas”, “criar uma página na web”, “usar a internet para ligações telefônicas” e “baixar e instalar *softwares*”.

No que se refere ao *perfil dos usuários* de internet no Brasil, a avaliação pode ser feita a partir de três indicadores. Quanto à escolaridade, 87% dos usuários possui nível superior. Quanto à renda mensal, 79% ganham acima de cinco salários mínimos e quanto à faixa etária, foi verificada uma penetração de 68% entre usuários dos 16 aos 24 anos. Esses dados evidenciam que o uso da internet ainda está concentrado, com poucas exceções, no território dos mais instruídos, dos melhores posicionados em termos de renda e dos mais jovens, mostrando haver ainda um longo caminho a ser cumprido para a democratização da internet no Brasil.

No item *local de acesso*, há um equilíbrio entre o acesso da própria casa (48%) e de *lanhouses* (45%). A escola aparece como local com menor índice, 14%. As outras opções foram “na casa de outra pessoa (26%) e “no trabalho” (22%). Um aspecto interessante diz respeito ao papel dos telecentros como locais de acesso à internet na zona rural. Embora com o baixo percentual de 8% apontado pelos entrevistados, é um espaço que prioriza localidades de difícil acesso.

⁶ Renda familiar e região do país são também neste caso variáveis relevantes, sendo a maior concentração de banda larga em domicílios na região sul (73%) e entre famílias com renda mensal superior a cinco salários mínimos. O maior acesso de internet discada está na região Norte (31%).

Sobre as *atividades desenvolvidas* através da internet, “comunicação” e “busca de informações e serviços” apresentaram os maiores índices, respectivamente com 90% e 89%. Em comunicação, o maior percentual se dá através de envio e recebimento de emails, opção marcada por 79% do total de entrevistados. Outras atividades consideradas foram envio de mensagens instantâneas, troca de mensagem de voz via skype ou videoconferência, participação de sites de relacionamento como o Orkut, discussões e fóruns e criar ou atualizar blogs. Estes dois últimos apresentaram os índices mais baixos dentre as atividades citadas, com respectivamente 12% e 15% sobre o total de usuários entrevistados.

No caso do envio de mensagens, que apresentou progressão em relação a 2008, com 30% em 2009, a pesquisa menciona a fusão desse recurso a outras ferramentas como e-mail e redes sociais como possível motivador para o aumento. “Atualmente, há indícios de o envio de mensagens instantâneas através destes recursos ter conquistado a popularidade dos usuários de internet” (CGI.br, 2010, p.140).

Na busca de informações e serviços, a maior parte se deu na área “informações sobre bens e serviços”, com 60% sobre o total de usuários da internet no Brasil. Informações sobre saúde apresentaram um salto considerável, de 33% em 2008 para 39% em 2009. Esse índice é associado ao aumento no volume de informações em 2009 sobre a H1N1, tendo inclusive o Ministério da Saúde acionado mecanismos próprios de interação digital com a população, para prestar serviço de utilidade pública referente a esses assuntos⁷.

Como dado complementar, a pesquisa apontou um baixo índice de acesso à internet através de aparelhos celulares, visto o alto custo do serviço, ao contrário dos computadores portáteis, que tiveram aumento no número de aquisições, uma resposta à tendência de mobilidade e à queda nos custos de acesso, embora ainda se concentre na população com renda acima de dez salários mínimos mensais, não promovendo ainda mudanças significativas na inclusão da população de baixo poder aquisitivo.

Outros pontos investigados foram referentes à segurança na rede, uso de e-mail, mensagens de *spam* e governo eletrônico. Este último ponto merece ser destacado, por se relacionar ao tema deste trabalho, o que será feito a seguir.

⁷ A interação digital do Ministério da Saúde com os cidadãos será explorada no capítulo 5, mostrando especificamente o trabalho desenvolvido através das mídias sociais.

2.2.1 Interações digitais entre Estado e sociedade

A Pesquisa TIC Domicílios 2009 mostrou que as interações digitais entre governo e sociedade apresentaram aumento em relação aos anos anteriores, mas ainda considerado insatisfatório tendo em vista as potencialidades desse tipo de acesso, ao contrário das transações entre cidadãos e empresas através de pesquisa de preços e compras pela internet, com expressiva inclusão da classe C na utilização do serviço.

Traçando-se um perfil dos usuários que acessaram a internet para utilizar serviços do governo em 2009, tem-se uma maioria de jovens, na faixa entre 16 e 24 anos (44%) e entre 25 e 34 anos (42%); maior concentração de usuários na região sudeste do país (32%), grau de escolaridade em nível superior (78%) e renda a partir de R\$4.651 (67%), o que mais uma vez confirma a relação direta entre os indicadores sociais e o acesso à internet no Brasil. Informações mais detalhadas podem ser verificadas abaixo:

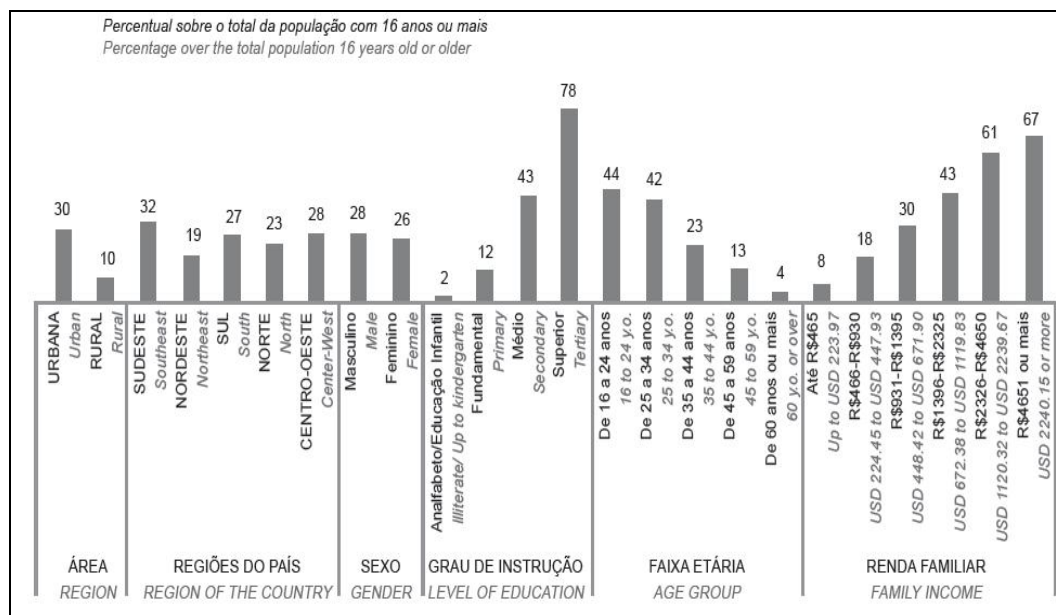


Gráfico 3: Proporção de indivíduos que utilizaram serviço eletrônico em 2009

Fonte: CGL.br, 2010, p.156

No que diz respeito aos serviços procurados, o que se observa é uma concentração de serviços de interesse pessoal e instantâneos, sem uma necessária interação pela via do debate ou participação mais intensa por parte dos cidadãos. A consulta ao Cadastro de Pessoa Física (CPF) continua sendo o serviço mais acessado, embora tenha apresentando uma relativa queda em relação a 2008. Os serviços mais procurados em 2009, conforme a pesquisa TIC Domicílios, seguem no gráfico abaixo:

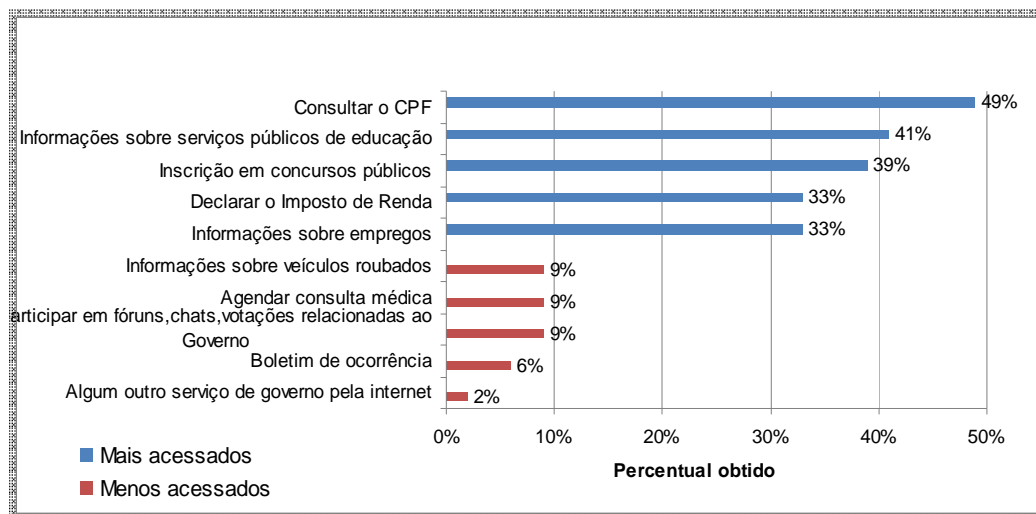


Gráfico 4: Serviços de e-gov mais utilizados

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa TIC Domicílios (CGI, 2010)

Este cenário de interação digital entre cidadão e governo revela um distanciamento do que se espera em termos de participação *online*, não acompanhando o ritmo de evolução nas interações de comércio eletrônico. De acordo com os dados da pesquisa, há uma concentração em ações de interesse direto do usuário, de modo individual, não exigindo, necessariamente, o seu retorno ou prosseguimento ao serviço.

Trata-se, portanto, da substituição de serviços que poderiam ser feitos presencialmente, com o claro diferencial de menor investimento de tempo pela internet com conseqüente redução dos custos ao usuário e ao próprio governo, mas nada que revele um posicionamento ou participação política do cidadão. Por exemplo, inscrever-se em concurso público pela internet é uma ação esporádica, onde o usuário não necessita de permanência no contato após efetuada a ação. Por outro lado, esse mesmo usuário pode usar a internet como canal para acompanhamento dos concursos abertos, podendo, estabelecer, a partir daí, outras relações, a exemplo da participação em grupos e fóruns, ampliando a sua inserção no meio.

Vale salientar ainda a importância dos serviços de governo eletrônico para populações de áreas rurais, tendo em vista o número reduzido de espaços físicos do governo voltados para os serviços descritos no gráfico 4. No entanto, mesmo nessas áreas, as interações entre governo e sociedade no Brasil permanecem ainda abaixo do esperado.

Sobre as interações com autoridades, mais da metade dos entrevistados (55%) afirmou não ter acessado páginas governamentais para estes fins nos três meses anteriores à entrevista e entre os que o fizeram, os motivos também não evidenciam interações de cunho mais

participativo, apresentando-se, ao contrário, como ações mais voltadas para a busca de informações e serviços, também, aparentemente, relacionadas a interesses mais individuais do que coletivos. Até mesmo no caso das denúncias, que aparecem com o baixo índice de 3% das ocorrências, não há como inferir se as mesmas partem de motivações coletivas. O gráfico 5, a seguir, traz informações mais detalhadas sobre os tipos de interações digitais com autoridades:

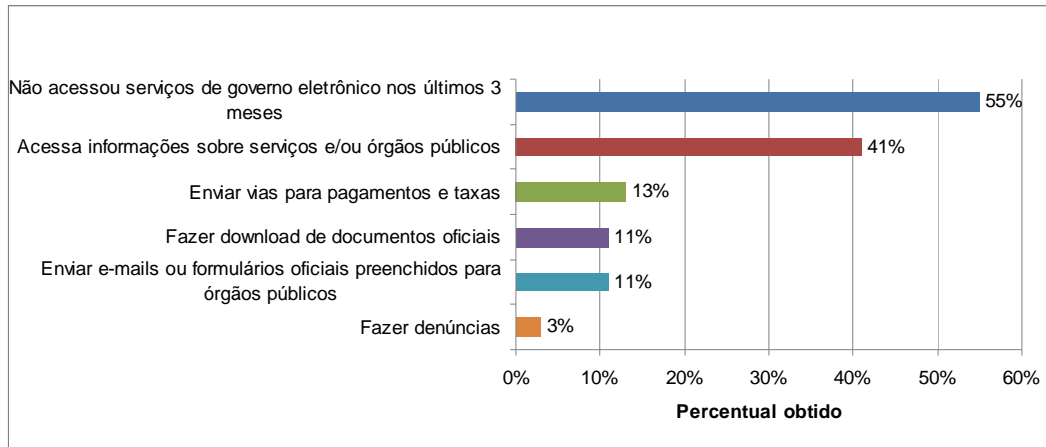


Gráfico 5: Interação com autoridades

Fonte: Elaborado pela autora a partir da dados da pesquisa TIC Domicílios (CGI, 2010)

Observa-se, portanto, que as interações com autoridades pelo espaço digital seguem a mesma tendência de baixa exploração dos recursos disponíveis na rede, sobretudo aqueles voltados para a participação. Apesar do aumento no uso dos serviços de governo eletrônico, conforme visto anteriormente, os dados acima apontam para um ambiente ainda pouco aproveitado pela sociedade, seja por falta de interesse ou por falta de estímulo dos órgãos públicos.

Quando perguntados sobre que serviços do governo gostariam de acessar pela internet, as opções mais apontadas pelos entrevistados foram “fazer inscrição para concursos públicos (40%)”, “buscar informações sobre direito do trabalhador” (39%) e “agendamento de consultas médicas” (39%), seguindo a uma tendência de priorização das atividades esporádicas e de interesse particular. O item “Participar de fóruns, chats, votações etc. relacionados ao Governo”, que se aproxima de uma idéia mais ampla de participação política e interação digital, foi o menos votado, com percentual total de 31%, embora represente um índice significativo, levando-se em conta a falta de tradição de participação política na trajetória histórica do país.

Sobre as barreiras ao uso dos serviços do governo pela internet, os resultados da pesquisa TIC Domicílios 2009 demonstram ainda uma fraca difusão do meio para esses fins.

Entre os não-usuários de internet, o principal motivo apontado para isso foi a preferência pelo serviço pessoal, apontado por 56% dos entrevistados nesta categoria. Outros motivos como preocupação com proteção e segurança dos dados complicação no acesso, aparecem com certo equilíbrio, como demonstra o gráfico abaixo:

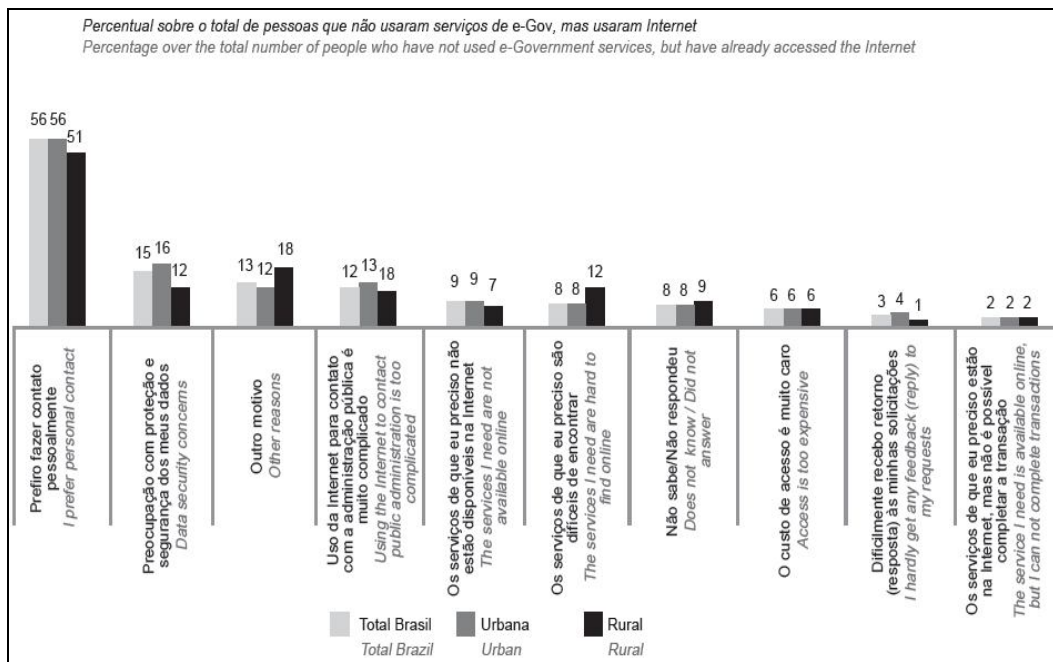


Gráfico 6: Motivos para não utilizar Governo Eletrônico

Fonte: CGI.br, 2010, p.159

Esses índices trazem indícios sobre a baixa apropriação das TIC e mais especificamente da internet para fins de aproximação entre Estado e sociedade no país, além de, principalmente, para a consolidação de um espaço de ligação direta entre as duas esferas, o que poderia contribuir para uma ampliação da participação e, por conseguinte, para o fortalecimento do exercício democrático.

É importante alertar que essa apropriação deve ser antecedida pelo desenvolvimento de alguns critérios, a fim de que seja efetivada uma melhoria no quadro verificado. Esses critérios passam pela disponibilização da infra-estrutura de acesso, por meio de políticas públicas e ações conjuntas com o mercado e a própria sociedade através de suas instituições representativas. De modo complementar, os projetos governamentais devem buscar formas atrativas de interação digital pelos *websites* ou redes sociais, a fim de que os cidadãos passem a explorar, com maior confiança na segurança dos dados, esses espaços enquanto possibilidade de interação com os agentes públicos, atingindo patamares mais amplos de interação que o simples preenchimento de um formulário ou busca por serviço.

Visto o cenário sobre o qual se propõe esta pesquisa, faz-se válido conhecer com maior profundidade o que caracteriza, conceitualmente, um programa de governo eletrônico, bem como de que forma vem sendo pensado esse processo enquanto política governamental no Brasil. Esta é a proposta do próximo capítulo.

3. GOVERNO ELETRÔNICO NO BRASIL: UMA ABORDAGEM GERAL

Traçadas as bases gerais nas quais se funda o fenômeno investigado nesta pesquisa, bem como apresentado o contexto geral de acesso no qual se dão as relações entre Estado e sociedade através das TIC no Brasil, este capítulo busca aprofundar um pouco mais a questão, ao discorrer sobre as ações político-administrativas organizadas em torno do Programa de Governo Eletrônico implantado no país. Para tanto, o capítulo se divide em cinco seções. A primeira, *Entendendo (o)s conceito(s)*, visa apresentar o termo Governo Eletrônico a partir das perspectivas de diferentes organismos e autores, a fim de fornecer uma compreensão abrangente do mesmo. A segunda seção, *O Programa Sociedade da Informação*, busca apresentar as linhas de ação do trabalho que representa o ponto de partida para a construção da Política Nacional de E-gov desenvolvida pelo Governo Federal. Em seguida, a seção *A implantação do Programa de Governo Eletrônico no Brasil*, discute as primeiras ações do programa, na tentativa de mostrar o que caracterizou a sua primeira fase, ainda na gestão Fernando Henrique Cardoso. Na quarta seção, *A segunda fase do Programa*, prossegue-se com a caracterização e principais diretrizes após o período de transição de governo, a fim de identificar que iniciativas foram valorizadas pelo Governo Lula, bem como que ações foram abandonadas. A quinta seção, *Desempenho do e-gov no Brasil segundo classificação da ONU*, busca examinar a posição que o país vem ocupando entre os países- membros da Organização, o que pode fornecer elementos para a reflexão sobre a forma como vem sendo conduzido o Programa de Governo Eletrônico, com suas limitações e possibilidades.

3.1. ENTENDENDO O(S) CONCEITO(S)

Apesar da popularização da noção de Governo Eletrônico (e-gov) entre o final do século XX e início do século XXI, e tendo sido as primeiras experiências executadas em 1993⁸ (CHAHIN et. al., 2004), não há ainda um conceito consensual na literatura, dada a

⁸ O ponto inicial foi o lançamento do primeiro *browser* a possibilitar rápida navegação pela internet, em agosto de 1993, a partir de um projeto de estudantes da Universidade de *Illinois*, nos Estados Unidos.

abrangência dos fenômenos abarcados pelo termo (VAZ, 2003). Os primeiros estudos acadêmicos, aliás, começam a ser publicados no final dos anos 1990 e os primeiros *journals*⁹ voltados para o tema, em 2004 (PRADO, 2009).

De modo geral, as conceituações giram em torno da apropriação da internet pela administração pública para diversos fins e variam a depender dos objetivos e do contexto em que são implementados os diferentes programas governamentais.

De acordo com os registros da Primeira Conferência Internacional sobre Governo Eletrônico, em 2002, na França, as aparições pioneiras surgem numa associação das TIC aos diversos níveis de governo, tendo como base a consolidação do comércio eletrônico (*e-commerce*), a partir de meados dos anos 1990, mais precisamente através de anúncios do então vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, em 1993, defendendo o potencial das TIC como uma necessidade para a melhoria do desempenho da administração pública, rompendo a visão de governo eletrônico como mera informatização do setor (LENK; TRAUNMÜLLER, 2002).

O conceito de governo eletrônico é associado ainda a processos de modernização das atividades e serviços públicos, num contexto de discussão sobre a necessidade de reforma do Estado (AGUNE; CARLOS, 2005). Outros autores vinculam o termo prioritariamente à transparência pública, melhor gerenciamento das informações governamentais e ampliação da interação com os cidadãos (MEDEIROS, 2004; RIECKEN, 2008), colocando o e-gov como um processo que vai além do uso das tecnologias para prestação de serviços *online*. Riecken, ao analisar o fenômeno em administrações locais brasileiras, entende-o como um mecanismo através do qual as TIC devem assumir um papel coadjuvante em prol do funcionamento do Estado, gerando ganhos para a organização através da disponibilização de informações, prestação de serviços e chamada à participação da sociedade na arena pública. Para a autora, o governo eletrônico

remete ao desafio de melhor compreender a sociedade em rede, a estrutura de gestão, os meios para captura, organização, operacionalização, transferência e entrega dos conteúdos informacionais envolvidos, novas formas de prestação de serviços não presenciais e novos canais de relacionamento com a população, dentre outros (RIECKEN, 2008, p.75-76).

Pelo que se observa, há na literatura uma crescente ampliação do conceito, através da incorporação de novos elementos, como a associação à idéia de governança eletrônica, participação cidadão e democracia digital. Ao se dedicar a esta análise, Grönlund (2002)

⁹ Segundo Prado, essas primeiras publicações são o e-Government Quarterly (eGQ), o International Journal of Electronic Government Research (IJEGR) e o Journal of EGovernment (JEG).

apresenta três objetivos gerais presentes nos conceitos: governo eletrônico como gerador de maior eficiência para a administração pública; como sinônimo de melhoria no atendimento aos cidadãos através dos serviços públicos *online*; e como possibilidade de ampliação do processo democrático.

Na linha dos que compreendem o governo eletrônico enquanto instrumento a serviço do melhoramento das funções operacionais do Estado através de governança eletrônica, destacam-se os posicionamentos de organismos transnacionais, como o Banco Mundial, Organização das Nações Unidas (ONU), Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e União Européia.

Numa associação ao mecanismo de *e-commerce*, o Banco Mundial trabalha a noção de governo eletrônico a partir da transparência nas transações com agentes externos. Por essa visão, o governo deve se apropriar das TIC a fim de promover uma “transformação” das relações capaz de atingir a diferentes finalidades, a exemplo de melhorias na interação com os cidadãos, comércio e indústria, capacitação do cidadão e uma gestão mais eficiente. Como consequência, “the resulting benefits can be less corruption, increased transparency, greater convenience, revenue growth, and/or cost reductions¹⁰” (WORD BANK¹¹).

A OCDE aproxima as noções de governo eletrônico e governança eletrônica ao defender o uso do primeiro para uma maior qualidade dos serviços, de modo a promover um maior engajamento dos cidadãos nas questões públicas. Para o organismo, portanto, o governo eletrônico pode contribuir, dentre outros aspectos, com a construção da confiança entre governos e cidadãos.

ICT can help build trust by enabling citizen engagement in the policy process, promoting open and accountable government and helping to prevent corruption. Furthermore, it can help an individual’s voice to be heard in a broad debate, harnessing ICT to encourage citizens to think constructively about public issues and assessing the impact of applying technology to **open up the policy process**¹². (OCDE, 2003, p. 2)

A fim de que os governos obtenham êxito em suas ações através do ambiente virtual, o organismo chama a atenção para alguns princípios orientadores. No que se refere à *visão política*, é preciso, segundo a OCDE, que os governos apresentem, por meio de seus

¹⁰ “Os benefícios podem ser menos corrupção, maior transparência, maior comodidade, crescimento da receita e/ou redução de custos” (tradução nossa).

¹¹ Disponível em <http://go.worldbank.org/M1JHE0Z280>. Acesso em 10 jan.2010.

¹² As TIC podem ajudar a construir a confiança, permitindo o envolvimento do cidadão no processo político, promovendo um governo aberto e responsável a ajudando a prevenir a corrupção. Além disso, podem ajudar um indivíduo a ter voz em um amplo debate, aproveitando-se as TIC para incentivar os cidadãos a pensar construtivamente sobre as questões públicas e avaliarem o impacto da aplicação da tecnologia à abertura do processo político (tradução nossa).

integrantes, liderança e compromisso, além de compreenderem o governo eletrônico como um mecanismo facilitador, que precisa estar integrado a políticas e objetivos da gestão pública. Do ponto de vista da *cooperação*, projetos de governo eletrônico devem ser trabalhados em colaboração com agências governamentais e ser vistos como um investimento, exigindo, para isso, um financiamento específico. Na perspectiva do *cidadão como foco*, deve-se pensar no acesso aos serviços *online* do governo, em mecanismos de envolvimento do cidadão, por meio de informações e serviços de qualidade, e no respeito à privacidade do usuário. Por fim, sob o aspecto da *responsabilidade*, a OCDE defende uma aplicação do governo eletrônico que reforce a *accountability* e que permita o monitoramento e avaliação, como a identificação de demandas, custos, benefícios, dentre outros itens.

Numa concepção semelhante, a ONU, através de seus relatórios *benchmark*, entende o governo eletrônico como um conjunto de relações inter-organizacionais baseadas na coordenação política, na implementação de políticas e na entrega de serviços públicos. As edições mais recentes vêm enfatizando questões como a governança eletrônica e o desenvolvimento humano a partir do uso das TIC pela administração pública. A edição de 2008, por exemplo, reforça o entendimento sobre o efeito do governo eletrônico a partir da *accountability*.

O relatório 2009 da Divisão para a Administração Pública e Gestão do Desenvolvimento do Departamento para Assuntos Econômicos e Sociais da ONU- em preparação à próxima edição da *E-government survey*- aprofunda ainda mais a questão, enfatizando que uma boa prestação de serviços não se refere apenas à eficiência, mas sobretudo à qualidade na interação com os cidadãos, sendo os canais que fomentem a participação fundamentais para o aprimoramento do papel do Estado. Sobre isso, o documento aponta que, embora tradicionalmente essa eficiência tenha sido analisada do ponto de vista do próprio governo, o que implicou em transferência de custos e carga de trabalho aos cidadãos, deve-se levar em consideração nos dias atuais o contra-argumento segundo o qual o governo eficiente

may ultimately be good for citizens who can benefit from efficient transactions, both because as tax payers they save money, but also because more resources can be put into service quality [...]. Moreover, e-Government can provide citizens with personalization and engagement opportunities¹³ (UNITED NATIONS, 2009, p. 43)

¹³ Pode vir a ser bom para os cidadãos, que podem se beneficiar de operações eficientes, já que, como contribuintes, eles poupam dinheiro, mas também porque mais recursos podem ser investidos para a qualidade do serviço [...]. Além disso, o governo eletrônico pode proporcionar aos cidadãos oportunidades de personalização e engajamento (tradução nossa).

Essa compreensão remete ao que aqui é considerada uma abordagem mais política, onde as questões operacionais e gerenciais dos serviços públicos *online* passam por um redimensionamento com vistas a uma maior reflexão sobre os possíveis ganhos sociais desse processo, considerando-se mais fortemente o posicionamento da sociedade civil. Nessa perspectiva, Diniz e outros (2009) defendem a noção de governo eletrônico não apenas como a simples automação dos processos e serviços públicos, mas ao uso das TIC para o cumprimento do papel do Estado, o que inclui além do ganho nas questões operacionais, governança e democracia eletrônica, “representada pelo aumento da transparência, da participação democrática e *accountability* dos governos” (DINIZ et.al., 2009, p.5).

Reforçando essa visão, Pinho sugere um ângulo de abordagem que vai além dos ganhos organizacionais ou tecnológicos e onde Estado e sociedade assumiriam papéis complementares. Com isso, ampliar-se-ia a transparência, estando esta implicada tanto ao papel democrático do Estado, quanto à capacidade política dos cidadãos.

A forma ampliada de governo eletrônico não nega as conquistas da forma restrita, mas passa a considerar duas frentes interconectadas: por um lado, um Estado mais responsivo, aberto à participação da sociedade e transparente e, por outro, considera um papel protagonista da sociedade civil, atribuindo a essas possibilidades, por intermédio dos cidadãos e/ou de movimentos sociais, de checar, aferir, controlar o governo (de maneira mais geral, o próprio Estado) e, ainda, de assumir um papel propositivo. (PINHO, 2008, p. 477).

A idéia seria de uma apropriação do meio ao mesmo tempo enquanto conjunto de ferramentas comunicativas e enquanto espaço de construção coletiva, fazendo com que o exercício de aplicação das tecnologias à interação política entre sociedade e governos requeira habilidades mais profundas, que independem da existência do ambiente virtual. Falar em capacidade política, portanto, é falar em qualificação para o exercício da cidadania, em indivíduos politizados e preparados para uma plena atuação nos espaços públicos.

E se por um lado cabe aos cidadãos ocupar estes espaços, inclusive no ambiente *online*, por outro cabe ao Estado garantir que isso ocorra, disponibilizando as condições necessárias ao desenvolvimento de sujeitos políticos, num processo que antecede a relação com o virtual, mas que pode ser agora facilitado por este meio.

Ao discutir aspectos relacionados à democracia digital, Norris (2001) se insere nessa discussão, apontando os *websites* governamentais como a face pública mais importante da internet, podendo exercer múltiplas funções, tais como disseminar informações sobre as operações governamentais e serviços públicos e facilitar o *feedback* da sociedade, promovendo uma maior participação cidadã no processo de tomada de decisões políticas e favorecendo, com isso, o processo democrático. Por trás dessas ações, a grande expectativa

colocada no uso das TIC a serviço do governo, aponta a autora, consiste na esperança generalizada de, através do contato virtual e maior acesso às informações governamentais, restaurar a confiança pública.

Tendo em vista o fato de existirem limitações que dificultam um maior desempenho de programas de governo eletrônico (OCDE, 2005), sobretudo no que se refere à criação de mecanismos de estímulo à participação cidadã na arena pública, para Norris (ibid), a questão-chave deve girar em torno de um questionamento sobre o diferencial da internet em relação a outras formas de comunicação governamental, ou seja, como a tecnologia é empregada de modo a favorecer a interação entre o governo e seus públicos de alguma maneira que tal modalidade de interação se destaque ou represente mudança positiva em relação a outros mecanismos interativos.

[...] there are few opportunities so far via these media for genuine “bottom up” interaction, public criticism, or discursive deliberation [...]. But the key issue here is whether the Internet provides an effective means of government communication and information supplementing traditional channels. In terms of the overall opportunities for political information and communication, are we better off or worse off in the Internet Age than say ten, twenty or thirty years ago?¹⁴ (NORRIS, 2001, p.144)

Colocar em pauta essas questões é necessário a fim de retirar da internet um potencial que ela, por si só, não é capaz de dar conta, uma vez que o que definirá o seu papel será a maneira como é utilizada, como são exploradas suas potencialidades pelos cidadãos e pelo próprio Estado, enquanto agente promotor. Baixo custo, agilidade na emissão e recepção de informação e possibilidades de interação direta com os cidadãos são algumas das características que devem ser exploradas a fim de ampliar os mecanismos de participação, *accountability* e publicização das ações, contribuindo para que as estruturas de governo eletrônico alcancem dimensões compatíveis com suas possibilidades de aprimoramento enquanto canal de comunicação entre Estado e sociedade.

Não se trata, portanto, de *déficit* tecnológico, mas, pelo contrário, de apropriação desta tecnologia para a construção de linguagens capazes de contribuir para a aproximação entre administração pública e sociedade.

De todo modo, passados mais de dez anos desde o início das primeiras experiências no mundo, ainda é prematura a tentativa de abrigar o termo governo eletrônico numa definição fechada, visto o constante estágio de desenvolvimento dos projetos postos em prática pelas

¹⁴ [...] há poucas oportunidades até agora através desses meios para uma verdadeira interação de baixo para cima, crítica pública ou deliberação discursiva [...]. Mas a questão-chave aqui é se a Internet constitui um meio eficaz de comunicação e informação do governo, complementando os canais tradicionais. Em termos de oportunidades globais para informação e comunicação política, estamos em melhor ou pior situação na era da Internet do que há dez, vinte ou trinta anos atrás? (tradução nossa).

instituições governamentais e o alargamento do escopo das experiências desenvolvidas. Da mesma maneira, não se pode apontar um modelo ideal a ser seguido, visto que a apropriação de formatos deva levar em conta a relação com processos históricos e contextos sociais específicos, embora as experiências bem sucedidas devam ser observadas.

Talvez uma maior compreensão sobre a forma como se delimita o governo eletrônico possa ser alcançada a partir de uma aproximação a modelos implementados por diferentes administrações. Na tentativa de contribuir com esse debate, nos ateremos aqui à experiência que vem sendo desenvolvida no Brasil, em âmbito federal, o que pode contribuir para esta pesquisa uma vez que o objeto empírico a ser aqui investigado é visto, como dito em outros momentos, como uma continuidade às ações do Programa de Governo Eletrônico postas em prática pelo Governo Federal, o que engloba também o Programa Sociedade da Informação, que forneceu as bases para a sua criação.

3.2. O PROGRAMA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

No Brasil, as discussões sobre governo eletrônico dentro da própria esfera pública começam a se consolidar em maio de 1999, a partir de um amplo trabalho de pesquisa e discussões voltado para a elaboração de um programa de ações destinadas à constituição de novos espaços de interação entre Governo e cidadãos, tendo em vista a então emergente Sociedade da Informação. Os primeiros resultados desse trabalho culminaram na criação do “Programa Sociedade da Informação no Brasil” (SocInfo), vinculado ao Ministério da Ciência e Tecnologia e cujas metas de implementação foram sintetizadas no chamado Livro Verde, publicado em setembro de 2000. De acordo com o próprio documento,

o objetivo do Programa Sociedade da Informação é integrar, coordenar e fomentar ações para a utilização de tecnologias de informação e comunicação, de forma a contribuir para a inclusão social de todos os brasileiros na nova sociedade e, **ao mesmo tempo**, contribuir para que a economia do País tenha condições de competir no mercado global. A execução do Programa pressupõe o compartilhamento de responsabilidades entre os três setores: governo, iniciativa privada e sociedade civil (BRASIL, 2000, p.10).

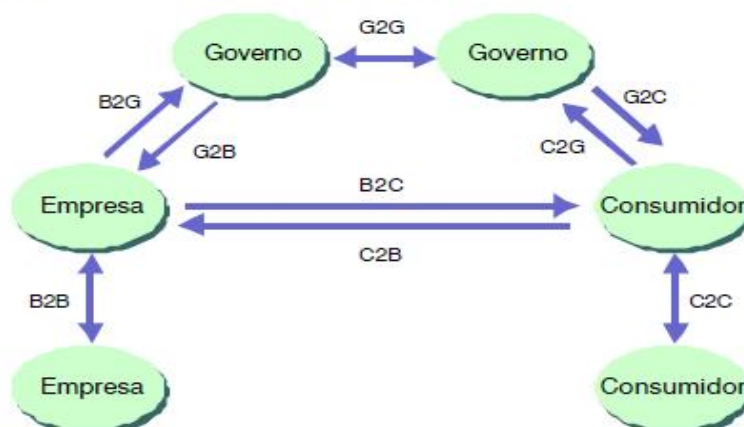
Para atingir aos propósitos apresentados, o programa tomou como base sete linhas de atuação:

1. Mercado, trabalho e oportunidades: estímulo à competitividade das empresas, ao comércio eletrônico e a novas formas de trabalho baseadas nas TIC;

2. Universalização de serviços para a cidadania: fomento de projetos visando à cidadania com base na promoção de modelos de acesso coletivo ou compartilhado à internet;
3. Educação na sociedade da informação: apoio a modelos de educação baseados na internet e em redes, capacitação dos professores, implantação de reformas curriculares visando ao uso das TIC em atividades pedagógicas e educacionais;
4. Conteúdos e identidade cultural: promoção de conteúdos enfatizando a identidade cultural brasileira, fomento a esquemas de digitalização voltados para preservação histórica e cultural, projetos de P&D para geração de tecnologias a serem aplicadas em projetos culturalmente relevantes;
5. Governo ao alcance de todos: informatização da administração pública; concepções, prototipagem e fomento às aplicações em serviços governamentais, sobretudo os dirigidos à ampla divulgação; fomento à capacitação em gestão de TIC no governo;
6. P&D, tecnologias-chave e aplicações: identificação de tecnologias estratégicas para o desenvolvimento da indústria; promoção de projetos de P&D para universidades; formação maciça de profissionais na área de TIC;
7. Infra-estrutura avançada e novos serviços: estrutura básica nacional de informações para integrar governo, setor privado e P&D; adoção de políticas de segurança e privacidade; transferência de tecnologia de redes do setor P&D para outras redes; fomento à implantação de redes, processamento de alto desempenho e experimentação de serviços.

Para cada uma dessas linhas foram previstos planejamento, orçamento, execução e acompanhamento específicos, a fim de contemplar necessidades de negociação e cumprimento de papel do governo junto aos seus públicos internos e externos. Nesse aspecto, o Livro Verde estabelece seis formas de interação possíveis, tendo em vista os três públicos participantes do ambiente de negócios eletrônicos na Sociedade da Informação- governo, empresa e cidadãos- conforme mostra a figura abaixo (BRASIL, 2000, p.18):

Ambiente de Negócios Eletrônicos



Fonte: SocInfo

Figura 1: Ambiente de Negócios Eletrônicos na Sociedade da Informação

Fonte: BRASIL, 2000, p.18

As interações apresentadas na Figura 1 se referem às seguintes relações:

B2B (*Business-to-business*): engloba as transações entre empresas;

B2C/C2B (*Business-to-consumer/ consumer-to-business*): transações entre empresas e consumidores, a exemplo de lojas virtuais;

B2G/ G2B (*Business-to-government/ government-to-business*): trata-se de transações envolvendo empresas e governo;

C2C (*Consumer-to-consumer*): envolve as transações entre consumidores finais, como leilões e sites;

G2C/ C2G (*Government-to-consumer/ consumer-to-government*): transações entre governos e consumidores finais (cidadãos);

G2G (*Government-to-Government*): trata-se de uma relação intra ou entre-governos.

Algumas transações G2C no Brasil, preocupação central deste trabalho, já se encontram em caminho de consolidação, a exemplo de transações para pagamentos de impostos à Receita Federal, registro de ocorrências à Secretaria de Segurança Pública, solicitação de informações sobre aposentadoria, só para citar algumas.

Vale salientar, no entanto, que as ações do Programa SocInfo foram planejadas de modo a priorizar o comércio eletrônico, através do investimento em transações B2C/C2B e tendo os agentes estruturados numa espécie de ambiente de negócios eletrônicos. Por este

motivo, os cidadãos, dentro do ambiente de interações desenvolvido, são vistos como clientes, o que fica evidenciado nas próprias descrições das siglas de interação, denunciando, já de início, a falta de interesse pelo estímulo à participação. Com esse perfil, não houve um maior planejamento pensado para a área de transparência governamental e o programa foi direcionado para os segmentos empresarial e de pesquisa científica e tecnológica.

Contrariamente à sua proposta de se caracterizar como um programa de concepção e integração de ações, as proposições apresentadas no Livro Verde não chegaram a se concretizar e ser discutidas entre a administração pública e os diferentes segmentos sociais. A dificuldade de absorção das idéias do programa começou, inclusive, dentro do próprio governo, diante da complexidade de sua estrutura e da cultura organizacional do setor público de resistência às TIC (BRASIL, 2000).

Apesar de os objetivos não terem sido alcançados, o Programa Sociedade da Informação representou um dos grandes passos rumo à formulação de uma política de governo eletrônico no país (MEDEIROS, 2004).

3.3. A IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE GOVERNO ELETRÔNICO NO BRASIL

Com a experiência do Programa Sociedade da Informação, o Governo Federal brasileiro começa a delinear um Programa de Governo Eletrônico a partir do Grupo de Trabalho em Tecnologia da Informação (GTTI), criado em 2000¹⁵, durante gestão do então presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC). Segundo seu Regimento Interno, cabia ao grupo “formular políticas, estabelecer diretrizes, coordenar e articular as ações de implantação do Governo Eletrônico, voltado para a prestação de serviços e informações ao cidadão”¹⁶. Tratava-se de uma comissão com coordenação ligada diretamente à Presidência da República¹⁷.

¹⁵ O GTTI foi criado pelo Decreto Presidencial de 03 de abril de 2000.

¹⁶ Regimento Interno do Comitê Executivo do Governo Eletrônico. Disponível em: https://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/resultado_pge_sisp. Acesso em 10 novembro 2009.

¹⁷ A equipe original do GTTI foi composta pelos seguintes órgãos da Administração Pública Federal: Secretaria de Estado da Comunicação de Governo da Presidência da República; Ministério da Ciência e Tecnologia; Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Ministério da Justiça; Ministério das Comunicações; Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Casa Civil; e Gabinete de Segurança Institucional. Num segundo momento, passam a integrar o grupo os Ministérios da Educação, Fazenda e Saúde e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

O pleno desenvolvimento do programa, com a interação entre governo e sociedade, dependeria de fatores macro ainda não consolidados no país, como uma política integrada voltada para a universalização do acesso às TIC, inclusive dentro da própria estrutura governamental. Mais ainda, dependeria de uma priorização por parte do governo no fomento aos canais digitais de interação com os cidadãos.

Diferentemente, a prioridade do Governo Federal foi, naquele momento, em 2000, a elaboração de uma política voltada para o aprimoramento interno do uso das TIC na administração pública, a fim de facilitar a comunicação digital entre seus órgãos. Além disso, o foco dado ao programa durante a sua implantação teve como preocupações centrais a redução de custos e a melhoria da eficiência do governo, inclusive no que se refere à prestação de serviços a fornecedores e cidadãos, numa estratégia decorrente do movimento de segunda geração de Reforma do Estado (PRADO, 2009).

Por isso, a política de governo eletrônico desenvolvida pelo Governo Federal durante a gestão FHC nasceu de forma coadunada às ações do Programa Sociedade da Informação, sendo a primeira voltada para a própria gestão interna e a segunda voltada para a integração entre o governo e o mercado externo.

Para atingir aos seus objetivos, o trabalho do GTTI se concentrou em três das sete linhas de ação do Programa SocInfo: universalização dos serviços, governo ao alcance de todos e infra-estrutura avançada, conforme publicado na “Proposta de Política de Governo Eletrônico para o Poder Executivo Federal”¹⁸, que reúne o conjunto de ações resultantes do trabalho do Grupo.

A proposta tomou como referência um conjunto de serviços já disponíveis pela internet, oriundos de diferentes setores governamentais e produzidos de forma independente, que a partir de então se encontrariam no portal Rede Governo¹⁹, um portal único que representaria uma ação institucionalizada de padronização da oferta de informações e serviços públicos. Dentre os principais serviços disponibilizados pelo portal, destacam-se: entrega de declarações de imposto de renda; emissão de certidões para pagamento de impostos; divulgação de editais de compras governamentais; cadastramento de fornecedores do governo; matrícula escolar do ensino básico; acompanhamento de processos judiciais; acesso a indicadores econômicos e sociais e dados dos censos; prestação de informações sobre

¹⁸ Publicado em 20 de setembro de 2000.

¹⁹ O portal foi criado em 2000. Endereço: www.redegoverno.gov.br

aposentadorias e benefícios da previdência social; envio de mensagens pelos Correios; e informações sobre programas do Governo Federal (BRASIL, 2002).

Diante dessas demandas, a proposta nacional de governo eletrônico formulada em 2000 apontou no sentido da construção de uma política geral do uso das TIC pela administração pública federal, com direcionamento para o desenvolvimento da arquitetura dos *websites* governamentais. A idéia seria criar uma estrutura padrão para todos os *sites* do governo capaz de superar as deficiências até então verificadas, facilitando a interação entre os agentes públicos:

Faltam padronização nos serviços, interfaces amigáveis, e soluções integradas, além do descompasso entre os órgãos no ritmo de implantação das soluções [...]. Também falta comunicação e permuta de dados entre sistemas, em geral há sistemas poderosos centralizados e pouco integrados, já que estes sistemas atuais têm foco na função e não no processo. Outra deficiência fundamental é a falta de regulamentação da autenticação de documentos eletrônicos, e a impossibilidade do cidadão efetuar pagamentos eletrônicos, pois o governo ainda não usa a tecnologia de comércio via rede (BRASIL, 2000b, p. 04).

O fragmento acima oferece ainda indícios sobre a intenção em se desenvolver uma política que facilitasse a interação dos cidadãos com as esferas governamentais, através da convergência e integração das redes e dos sistemas de governo, mas ainda baseada no atendimento a ações de interesse pessoal, sem grandes preocupações com canais para participação *online*. Na perspectiva do foco na melhoria na gestão interna, as diretrizes seguidas foram: (1) compartilhamento de recursos e integração de sistemas; (2) racionalização dos gastos e interiorização; (3) gestão descentralizada e integrada; e (4) identificação de fontes e recursos.

Todo o trabalho do GTTI contou com o suporte do Comitê Executivo de Governo Eletrônico (Cege)²⁰, responsável por formular as políticas e diretrizes e articular as ações para a implementação do programa, sob supervisão do Ministro da Casa Civil. Faziam parte do Comitê secretários executivos dos Ministérios e órgãos da Presidência. A partir do Cege foram criados Grupos de Trabalhos (GT) compostos por dirigentes e técnicos dos ministérios, autarquias e agências, para a elaboração de projetos e documentos submetidos posteriormente à aprovação do Comitê. Os principais GT criados foram: (1) universalização dos serviços; (2) universalização do acesso à Internet; (3) normas e padrões de serviços; e (4) implantação da rede BR@sil.gov (BRASIL, 2001).

As ações do programa de governo eletrônico durante a gestão FHC foram interrompidas por alguns fatores sucessivos (PRADO, 2009). Primeiro, o então ministro da

²⁰ Criado pelo Decreto Presidencial de 18 de outubro de 2000.

Casa Civil, Pedro Parente, que supervisionava as atividades do Cege, foi deslocado para gerir a Câmara de Gestão da Crise de Energia Elétrica, criada em agosto de 2001 em decorrência da crise energética que atingiu o país naquele momento- conhecida como apagão- acarretando no deslocamento de esforços do programa de governo eletrônico para o setor energético. No ano seguinte, 2002, as eleições presidenciais provocaram alterações na agenda de governo, retirando a política de governo eletrônico, na prática, da agenda prioritária em detrimento de ações mais direcionadas à campanha. Por fim, com a derrota nas urnas para o candidato Lula, o governo FHC teve seus últimos meses concentrados na transição de governo, sem maiores ações na área de e-gov.

Em setembro de 2002 o Cege publicou o documento “2 anos de Governo Eletrônico: Balanço de Realizações e Desafios Futuros”, a partir de avaliações realizadas junto aos coordenadores dos GT, tomando-se como parâmetro para análise as melhores práticas mundiais de governo eletrônico. Os critérios observados foram: (1) Liderança e coordenação; (2) formulação e avaliação da política; (3) ambiente cultural e motivacional; e 4) infraestrutura e padrões tecnológicos. De modo sintético, o balanço aponta, dentre outros avanços, o envolvimento ativo de altos dirigentes na promoção do programa, inclusive através da criação de documentos importantes para sistematizar e definir a política, e o aprimoramento por meio de constantes discussões envolvendo também parceiros do governo e sociedade. Como limitações apontadas, destacam-se a falta de dotação orçamentária voltada especificamente para o programa, a dificuldade de assimilação da proposta enquanto política pelos próprios integrantes dos ministérios, sobretudo as unidades ligadas diretamente à informática, defasagem nas plataformas tecnológicas, dentre outras.

Por fim, o balanço dos dois anos de governo eletrônico durante o governo FHC apontou alguns desafios futuros, dentre os quais se destacam a necessidade de consolidar o programa como prioridade da agenda governamental; fortalecer a penetração nos ministérios; assegurar recursos orçamentários para investimentos no setor; aprofundar a integração entre projetos; melhorar a qualidade dos serviços oferecidos ao cidadão; viabilizar a implementação de ações voltados à área de negócios; prover quadros qualificados e com visão estratégica para implementar os projetos de governo eletrônico; reestruturar a administração federal com base na reengenharia de processos, centrada no cidadão; assegurar a atualização tecnológica da administração pública, diante das constantes mudanças; consolidar e disseminar modelos de parceria com entidades da sociedade civil e com outros níveis de governo para a implementação de projetos e serviços, sobretudo voltados à ampliação do acesso à Internet e à transparência governamental (BRASIL, 2002).

Vale ressaltar a importância do “*bug do milênio*”²¹ no contexto de criação do programa de governo eletrônico no país. O risco de um colapso nos sistemas de informação na virada para o ano 2000 contribuiu para que o governo federal alçasse à agenda prioritária do Executivo Federal a estruturação de um conjunto de ações voltadas para a área de TI, num trabalho articulado pela Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI) e que seria fundamental para as atividades a serem desenvolvidas posteriormente pelo Cege. A atuação da SLTI girava em torno do mapeamento dos possíveis impactos e articulação com os atores de TI para pensar os ajustes necessários à superação do possível problema, envolvendo inclusive agentes externos ao governo (DINIZ, 2009).

De forma sintética, e pensando especificamente o contexto aqui estudado, a gestão FHC teve o mérito de alocar o programa de Governo Eletrônico no conjunto de prioridades do governo, como ação estratégica dentro do Executivo Federal, ressaltando-se a atuação do Núcleo Estratégico na coordenação e liderança da política. Sua vinculação à Reforma do Estado, marcada por busca por redução de custos e melhoria na eficiência do Estado, não priorizou a oferta de mecanismos de participação cidadã na interação *online* com o governo, mas propiciou um delineamento geral para a ampliação da política na gestão seguinte, do presidente Luis Inácio Lula da Silva.

3.4. A SEGUNDA FASE DO PROGRAMA

Após o período de transição, as primeiras ações efetivas voltadas para o programa de governo eletrônico na gestão do presidente Luís Inácio Lula da Silva foram tomadas somente a partir de 2004 (PRADO, 2009). Antes disso, algumas iniciativas relacionadas foram a atribuição de funções de secretaria executiva do programa à SLTI, fornecendo suporte e apoio técnico ao Cege, e a criação, no mesmo ano, de oito comitês técnicos em substituição aos grupos de trabalho criados na gestão anterior²². De modo geral, os comitês e suas respectivas linhas de ação foram assim definidos: (1) Implementação do *software* livre; (2) Inclusão digital; (3) Integração dos sistemas; (4) Sistemas legados e licenças de *softwares*; (5) Gestão

²¹ O “*bug do milênio*” foi um fenômeno relacionado à área de informática no fim do século XX, quando cogitou-se o risco de os sistemas de informação reconhecerem o ano de 2000 como 1999, já que os sistemas desenvolvidos até então interpretavam as datas com dois dígitos no ano. Isso acarretaria numa crise mundial, o que motivou os governos a se estruturarem na busca por soluções ao possível problema.

²² Os comitês foram criados pelo decreto de 28 de outubro de 2003.

de sítios e serviços online; (6) Infra-estrutura de rede; (7) Governo para governo- G2G; (8) Gestão de conhecimentos e informação estratégica.

A partir da criação dos comitês, o governo federal publicou em maio de 2004, através do Cege, as novas diretrizes do programa de governo eletrônico, no documento intitulado “Oficinas de Planejamento Estratégico- RELATÓRIO CONSOLIDADO”. Já nas primeiras páginas, a publicação deixa clara a mudança de foco a ser trabalhada pelo programa, transferindo a prioridade dos processos internos da administração pública federal para melhorias na relação com a sociedade e com a prestação de serviços, tendo em vista os múltiplos papéis do governo eletrônico enquanto instrumento de transformação da sociedade:

O primeiro papel é o de **promotor da cidadania e do desenvolvimento**. Isto significa que o governo eletrônico deve orientar-se para as demandas dos cidadãos enquanto indivíduos [...]. O segundo papel do governo eletrônico é o de **funcionar como instrumento de mudança das organizações públicas**, de melhoria do atendimento ao cidadão e de racionalização do uso dos recursos públicos [...]. O terceiro papel que o governo eletrônico pode desempenhar é o de **promover o processo de disseminação da tecnologia de informação e comunicação** para que este contribua com o desenvolvimento do país [...]. O quarto papel do governo eletrônico é a **promoção, uso e disseminação de práticas de Gestão do Conhecimento** na administração pública (BRASIL, 2004, p.7, grifos nossos).

No que se refere especificamente ao primeiro papel do governo eletrônico, o Relatório aponta como principais áreas para promoção da cidadania o direito do acesso aos serviços públicos, à informação, a ser ouvido pelo governo, ao controle social das ações dos agentes públicos e à participação política. O termo cidadão, inclusive, passa a figurar em substituição à noção de cliente, presente nas interações G2C, como era visualizada a relação na fase do Programa SociInfo.

Seguindo essa linha, são apontadas algumas orientações, de acordo com o governo focadas na busca pelo atendimento às demandas do cidadão, a partir dos princípios da universalidade, igualdade perante a lei e equidade na oferta de serviços e informações. As orientações têm como premissas gerais a estruturação de conteúdos nos *websites* governamentais de acordo com os interesses e perfis dos públicos-alvo, utilizando linguagem acessível, segurança e confiabilidade na troca de informações, além de uma construção capaz de favorecer a interatividade e a participação cidadão, de modo articulado às metas de inclusão digital do Executivo Federal.

O mesmo documento aponta ainda sete princípios como norteadores da política de governo eletrônico trabalhada no governo Lula. São eles: (1) promoção da cidadania como prioridade; (2) indissociabilidade entre inclusão digital e o governo eletrônico; (3) utilização do *software* livre como recurso estratégico; (4) gestão do conhecimento como instrumento

estratégico de articulação e gestão das políticas públicas; (5) racionalização dos recursos; (6) adoção de políticas, normas e padrões comuns; (7) integração com outros níveis de governo e com os demais poderes (ibid, p.8).

Vale salientar que, se durante a primeira fase do programa as ações eram implementadas de modo associado ao programa Sociedade da Informação, nesta segunda fase, o programa de governo eletrônico passa a ser pensado de modo vinculado a outros programas do governo federal, sobretudo os de combate à fome, à erradicação da pobreza e à violência, e os de incentivo à cultura popular como resgate da cidadania, diante da mudança de foco proposta.

Todas essas ações começam a ser pensadas de modo mais prático por parte da administração pública federal a partir de julho de 2004, com a criação do Departamento de Governo Eletrônico (DGE), que passou a concentrar as atividades da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação voltadas para governo eletrônico. De acordo com o governo federal, o novo órgão iria fortalecer as ações do setor, enquanto a SLTI passaria a se concentrar em questões de cunho mais tecnológico.

As linhas de ação do programa passaram por uma reestruturação com o Plano Plurianual 2004/07, que foi confirmada com o Plano Plurianual 2008/11. Além de uma condensação na quantidade de ações previstas, os diferenciais em relação às linhas definidas pelo programa FHC foram a inclusão dos programas de arquitetura e-PING (Padrões de Interoperabilidade de Governo Eletrônico) e a Infovia Brasil, que se tornaram prioritários dentro da política de governo eletrônico. O primeiro se refere ao

conjunto mínimo de premissas, políticas e especificações técnicas que regulamentam a utilização da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) no governo federal, estabelecendo as condições de interação com os demais Poderes e esferas de governo e com a sociedade em geral (<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/e-ping-padros-de-interoperabilidade>)

Através da arquitetura e-PING, o governo federal busca investir na integração dos sistemas, na tentativa de que informações da administração pública federal sejam rapidamente localizadas e transmitidas, o que pode acarretar em maior agilidade ao governo e custos mais baixos ao acesso pela população. A interoperabilidade é vista como uma estrutura básica para governo eletrônico, permitindo compartilhamento e intercâmbio de recursos tecnológicos. No Brasil, o projeto está sendo coordenado pela SLTI, Serpro e Instituto Nacional de Tecnologia da Informação.

A adesão ao e-PING para troca de informações é compulsória a todos os órgãos integrantes do Sistema de Administração dos Recursos de Informação e Informática (SISP)²³. Vale ressaltar que essa obrigatoriedade se restringe aos órgãos do Poder Executivo em âmbito federal.

Já a Infovia diz respeito à descentralização das ações através do tráfego de dados por redes eletrônicas sem um centro emissor. Enquanto estratégia de e-gov do governo federal, “consiste na obtenção de uma rede de comunicação de voz, dados e imagens de alta velocidade, com abrangência nacional, o que irá permitir a integração de todos os órgãos da administração pública federal no País”, podendo contribuir para uma maior transparência e controle social. (<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos>). O projeto também está sendo coordenado pela SLTI.

Realizando um balanço sobre as iniciativas de governo eletrônico brasileiro, Prado (2009) aponta algumas questões como empecilhos para um melhor desempenho do programa durante o governo Lula. A primeira delas seria de cunho institucional, diante da grande heterogeneidade e divergência entre os partidos integrantes da base governamental, com conseqüente dificuldade de coordenação de um programa que exige participação e comprometimento dos diferentes agentes interministeriais.

Uma segunda questão apontada pelo autor diz respeito à ausência de uma coordenação estratégica efetiva por parte da Casa Civil- por conta da falta de experiência na área por parte do então ministro José Dirceu-, que presidia o CEGE, enfraquecendo a função mobilizadora do programa.

O terceiro aspecto limitador à expansão do programa em sua segunda fase, aponta Prado, foi a contínua redução nos recursos orçamentários destinados à sua execução, apesar de se tratar de uma área prioritária dentro do governo:

O percentual destinado ao programa dentro do orçamento total do MPOG foi decrescendo ao longo dos anos, passando de 11, 82% em 2004 para 10,40% em 2005, 6,94% em 2006 e finalmente 2, 75% em 2007. Esse contingenciamento de recursos vinha sendo identificado desde o começo da nova gestão (PRADO, 2009, p. 109).

A esses fatores, Pinto e Fernandes (apud DINIZ, 2009) acrescentam ainda a dificuldade de articulação com a sociedade, diante do baixo estímulo ao estabelecimento de parcerias com a iniciativa privada, sobretudo com empresas prestadoras de serviços de TIC.

O relatório de avaliação do programa elaborado pelo Tribunal de Contas da União (TCU) publicado em 2006 como resultado síntese de uma série de auditorias, confirma essas

²³ Instituído pelo Decreto 1.048, de 21 de janeiro de 1994.

limitações, apontando, para fins de correção da política, algumas recomendações ao governo federal. Em relação à *revisão do modelo*, o Tribunal aponta necessidade de maior periodicidade nas reuniões do grupo gestor do Programa e melhoria na forma como as normas são publicadas. Sobre a implementação de *mecanismos de monitoramento e avaliação* dos serviços públicos eletrônicos, a orientação é no sentido de construção de um conjunto mínimo de indicadores pela coordenação do Programa a ser adotada pelos órgãos públicos. Quanto à prestação dos serviços com foco no cidadão, o TCU aponta a necessidade de conhecer melhor os públicos-alvo, suas necessidades e opiniões, a fim de adaptar os serviços de governo eletrônico a esses perfis.

Diante do exposto, o que se observa é que o programa de governo eletrônico no governo Lula, embora posto como prioridade, parece estar sendo conduzido sem a devida articulação, estando algumas ações desenvolvidas de modo fragmentado e sem o necessário acompanhamento pela equipe de coordenação. Além disso, a falta de dotação orçamentária para investimentos no setor dificulta maiores avanços, e questões relacionadas à transparência governamental parecem não estar, necessariamente, vinculadas ao programa, o que não conduz à proposta inicial do governo.

Apesar das limitações, deve-se salientar os avanços do programa sobretudo no que se refere à ampliação do debate com a sociedade, através, por exemplo, do aperfeiçoamento das páginas *online* em termos de usabilidade e facilidade de navegação, e da ampliação na oferta de mecanismos de interação, por meio de canais diretos de comunicação e da inclusão de ferramentas de comunicação digital adicionais aos portais governamentais- o que será visto no próximo capítulo- embora, como dito anteriormente, estes mereçam um maior direcionamento de conteúdo, tendo em vista públicos com interesses específicos.

Todas as ações referentes à política de Governo Eletrônico executada pelo Governo Federal são disponibilizados no portal do programa²⁴. Dentre as mais recentes, destaca-se a Resolução nº 1 de fevereiro de 2010²⁵, que aprovou a Estratégia Geral de Tecnologia da Informação (EGTI), cujos direcionadores estão especificados no quadro abaixo:

²⁴ www.governoeletronico.gov.br

²⁵ Publicada no Diário Oficial da União (DOU), de 19 de fevereiro de 2010, seção 1, p.40.

Quadro 1: Direcionadores estratégicos da EGTI 2010

DIRECIONADORES ESTRATÉGICOS	EIXOS
1. TI no Governo Federal passa a ser estratégica ao atender as áreas fins e o cidadão diretamente	Fortalecimento
2. Alinhar áreas de TI às políticas públicas e diretrizes prioritárias	Alinhamento
3. Compartilhar soluções meio (ex.: administrativas) em TI no Governo Federal	Integração
4. Capacitar, qualificar e reter pessoal alinhado com o direcionador	Desenvolvimento de Capacidades
5. Integrar e produzir sinergia nas coordenadorias e áreas de TI do Governo Federal numa base contínua.	Integração
6. Empoderar (fortalecer) gestores de TI no Governo Federal	Fortalecimento
7. Fortalecer o poder de coordenação e mobilização do órgão central de TI.	Fortalecimento
8. Tomar ações para favorecer a transparência do Governo Federal.	Alinhamento
9. Incentivar parcerias	Integração
10. Integrar processos e sistemas do Governo Federal	Integração
11. Investir em aumento da produtividade e otimização dos recursos	Desenvolvimento de Capacidades
12. Investir em ações de fortalecimento da credibilidade da TI	Fortalecimento
13. Desenvolver competência/carreira entre profissionais de TI nas áreas de negócio do Governo Federal.	Alinhamento
14. Desenvolver competência para aproximação da linguagem utilizada por TI com a utilizada pelas áreas de negócio e o cidadão	Alinhamento
15. Focalizar-se na gestão do conhecimento do Governo Federal	Desenvolvimento de Capacidades
16. Encaminhar o dilema centralização x descentralização dentro das tendências e melhores práticas.	Desenvolvimento de Capacidades
17. Investir na capacitação dos altos dirigentes e usuários em TI	Desenvolvimento de Capacidades
18. Estruturar a governança de TI favorecendo o alinhamento das ações de TI com as áreas de negócio.	Alinhamento
19. Firmar parcerias com as áreas de comunicação dos órgãos do Governo Federal	Alinhamento
20. Projetar ações para favorecer a participação de TI nos planejamentos estratégicos do Governo Federal.	Fortalecimento
21. Investir na adoção de melhores práticas	Desenvolvimento de Capacidades
22. Investir na disponibilidade e integridade das informações do Governo	Alinhamento

Fonte: DOU, 19 de fevereiro de 2010, seção 1, p.40

Embora o quadro acima apresente dados dispostos de forma técnica, e considerando-se a impossibilidade de aprofundar cada um dos direcionadores nesta dissertação, pode-se verificar que o conjunto de estratégias apresentado como prioridade do Governo Federal em 2010 parece atender a uma demanda apontada pelo TCU (TCU, 2006), ao se construir um conjunto de indicadores que podem facilitar o acompanhamento da política de Governo Eletrônico no país. Questões como a promoção de ações voltadas para a aproximação da sociedade, alinhamento das ações às políticas públicas executadas pelo Executivo, busca pelo envolvimento dos diversos agentes públicos e capacitação dos líderes, além de investimentos nas relações com os agentes externos para desenvolvimento do e-gov são apontados como atividades prioritárias dentro do Programa de Governo Eletrônico do governo federal.

Somente uma avaliação mais aprofundada e decorrido um maior espaço de tempo, visto tratar-se de ações ainda em fase inicial de implementação, poderá ser possível detectar se tais medidas estão sendo ou não colocadas em prática de forma vinculada ao programa, de modo a solidificar o governo eletrônico enquanto mecanismo estratégico para interação entre administração pública e sociedade.

3.5. DESEMPENHO DO E-GOV NO BRASIL SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO DA ONU

Paralelamente ao monitoramento das ações executadas pelo Estado, uma forma de acompanhar e avaliar um Programa de Governo Eletrônico pode se dar tomando-se como base a classificação feita por organismos preocupados em analisar iniciativas desta natureza e tendo indicadores aplicáveis aos diversos contextos sócio-políticos em que os programas são desenvolvidos. Diante disso, esta seção apresenta o posicionamento do Brasil dentre os países-membros da ONU, a fim de fornecer elementos que venham a enriquecer o debate colocado na presente pesquisa, uma vez que os dados a ser aqui apresentados podem contribuir para um olhar sobre os rumos da política de e-gov desenvolvida no país.

Em 2002 a Divisão de Política Econômica e Administração Pública da ONU (UNDEPEPA) e a Sociedade Americana de Administração Pública (ASPA) lançaram a primeira edição do *benchmarking e-government*, um estudo contendo a análise de abordagem e progresso por parte dos 190 países- membros em 2001 no que diz respeito à consolidação de práticas de governo eletrônico. O documento estabelece quatro níveis de capacidade de desenvolvimento de *e-government*: Alta (2.00 a 3.25), Média (1.60 a 1.99), Mínima (1.00 a 1.59) e Deficiente (abaixo de 1.00).

Segundo essa classificação, o Brasil ocupava em 2001 a 18ª posição no *ranking* total dos países membros, com 2.24 pontos, sendo o 1º colocado dentre os países da América do Sul, seguido por Argentina (2.09) e Chile (2.03), e tendo como parâmetro o índice global de 1.62 pontos entre todos os 190 países participantes. A partir da análise dos portais governamentais e suas funcionalidades, o estudo da ONU/ASPA delimitou cinco estágios de desenvolvimento, conforme o quadro abaixo, adaptada por Vaz (2003):

Quadro 2: Estágios do governo eletrônico segundo ONU e ASPA

ESTÁGIOS	CARACTERÍSTICAS
Emergente	Estabelecimento de uma presença governamental oficial na Internet.
Em crescimento	Os <i>websites</i> governamentais ampliam a oferta de informações e tornam-se mais dinâmicos.
Interativo	Usuários podem obter formulários, contatar funcionários e dirigentes municipais e interagir através da Internet.
Transacional	Usuários podem fazer pagamentos e outras transações <i>on line</i> .
Integração generalizada	Integração completa de serviços eletrônicos superando as fronteiras administrativas dos órgãos.

Fonte: VAZ (2003, p.56)

Por essa classificação, o *benchmarking* 2002 enquadrou o Brasil no estágio transacional, único da América do Sul nesta categoria. São características dos países em estágio de governo eletrônico transacional, segundo a pesquisa, transações completas e seguras como a obtenção de documentos e senhas por meio de *sites* seguros e onde as assinaturas digitais são reconhecidas como um esforço para facilitar a interação com o governo.

O *benchmarking* publicado em 2008 se pautou na avaliação dos programas a partir de seu potencial para a transformação do setor público, apontando como questão chave o nível de efetividade de ações e serviços disponibilizados pelos canais *online*, dotando os cidadãos de poder para debater as questões públicas:

The promise and the excitement of connected government should not obscure a key principle, namely, that: *the end-goal of all e-government and connected governance efforts must remain better public service delivery*. Improvements in the quality of governance and the responsiveness and effectiveness of government should still serve to empower the citizen. In that sense, citizens must be given the chance to play a role in influencing these e-government solutions²⁶ (UNITED NATIONS, 2008, p. 10).

Apesar do bom desempenho em 2001, o Brasil foi perdendo colocações nas edições seguintes, tendo sido ultrapassado por Argentina e Chile na edição de 2008, a mais recente publicada até o fechamento desta pesquisa. A liderança geral do *ranking* também sofreu alterações naquele ano, quando a Suécia superou os Estados Unidos, que até então se mantinham na primeira colocação. O quadro 3 traz a classificação dos líderes da lista e dos

²⁶ A promessa e a excitação de governos conectados não devem obscurecer um princípio fundamental, ou seja, que a meta final de todos os esforços de governança conectada e de e-gov deva continuar sendo a melhor entrega de serviços públicos. Melhorias na qualidade e a capacidade de resposta e eficácia do governo ainda devem servir para capacitar o cidadão. Nesse sentido, os cidadãos devem ter a chance de desempenhar um papel de modo a influenciar as soluções do governo eletrônico.

três países com melhor desempenho na América do Sul, incluindo o Brasil, ao longo das cinco edições do *benchmarking e-government* publicadas pela ONU.

Quadro 3: Ranking de Governo Eletrônico ONU 2001-2008

	2001	2003	2004	2005	2008
Suécia	11°	2°	4°	3°	1°
Dinamarca	9°	4°	2°	2°	2°
Noruega	5°	7°	10°	11°	3°
EUA	1°	1°	1°	1°	4°
Holanda	8°	11°	11°	12°	5°
Argentina	31°	31°	32°	34°	39°
Chile	35°	22°	22°	22°	40^{oo}
Brasil	18°	41°	35°	33°	45°

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos Relatórios ONU (2002; 2004; 2006; 2008)

De modo geral, uma explicação para a progressiva queda no desempenho do Brasil no *ranking* pode ser o baixo ritmo de aceleração de desenvolvimento do programa de governo eletrônico federal durante sua transição e segunda fase, no governo Lula, somado ao fraco desenvolvimento do país nos indicadores sociais considerados pela pesquisa da ONU, a exemplo do IDH, e ainda, ao desenvolvimento relativo de outros países, como Chile e Argentina (PRADO, 2009).

O próprio documento da ONU aponta essas possíveis causas, ao chamar atenção para a falta de visão estratégica da administração pública em associar o desenvolvimento do Programa de Governo Eletrônico ao próprio desenvolvimento social e econômico do país:

Conversely, the absence of an over-arching e-government and e-development vision has been highlighted by endogenous experts in countries such as Brazil as a major inhibitor of faster economic growth and social progress during the past two decades²⁷ (UNITED NATIONS, 2008, p. 83).

Vale salientar, no entanto, que algumas iniciativas desenvolvidas no âmbito federal brasileiro têm sido destacadas, como o Portal da Câmara dos Deputados, apontado pela pesquisa de 2008 como um avanço para o país, sobretudo na perspectiva da e-participação.

Por outro lado, e como colocado no capítulo anterior, embora alguns mecanismos de interação como *chats* e fóruns de discussão tenham sido disponibilizados, estudos recentes vêm verificando ainda um baixo desempenho no que diz respeito às ferramentas ofertadas

²⁷ Inversamente, a ausência de uma visão mais abrangente de governo eletrônico e e-desenvolvimento tem sido destacada por especialistas endógenos em países como o Brasil como um grande inibidor de crescimento econômico e progresso social mais rápido durante as duas últimas décadas (tradução nossa).

pelos portais governamentais brasileiros para fomentar a participação cidadã no relacionamento digital (MARQUES, 2008; SILVA, 2009). Observando a questão a partir do Portal da Presidência, Marques afirma que

Os poucos canais de comunicação com capacidade participativa encontrados no Portal apresentam como traço primaz uma interação individualizada, sem disponibilidade de dados aprofundados sobre políticas ou temas em debate público e, adicionalmente, sem mecanismos motivadores, a exemplo de número de protocolo para acompanhamento de mensagens enviadas ou demonstração de real consideração das contribuições (MARQUES, 2008, 390-391).

A mesma realidade parece se replicar no âmbito das administrações públicas estaduais e municipais brasileiras (FIRMINO, COELHO, CAMARGO, 2009; PINHO, 2008). O descompasso entre o potencial tecnológico disponível e os mecanismos de participação ofertados aos cidadãos é apontado com frequência na literatura.

o que os portais se ressentem, realmente, é de uma maior interatividade, podendo-se inferir que as relações que se estabelecem são fundamentalmente do tipo *government-to-citizen*, sendo o governo o emissor e a sociedade, ao que tudo indica, o receptor passivo, estando longe a inversão dessa relação para *citizen-to-government* (PINHO, 2008, p.491).

É comum observar, portanto, que apesar dos avanços, ainda são muitas as limitações na apropriação do potencial tecnológico disponível para a efetivação de canais de interação entre Estado e sociedade por meio do Governo Eletrônico. Em termos gerais, a tecnologia tem sido mal empregada quando se refere à abertura à participação cidadã, enquanto canais de publicidade, para divulgação unilateral das ações governamentais têm obtido maior êxito. Desanimador, nesse sentido, é pensar que os *websites* governamentais acabem exercendo muito mais um papel institucional, preocupados na valorização da imagem da administração pública, dificultando a inserção da sociedade nas discussões políticas e não contribuindo, com isso, para o aprimoramento do exercício democrático através do ambiente *online*.

Faz-se a ressalva, no entanto, para algumas iniciativas que vêm sendo desenvolvidas na tentativa de mudar esse quadro. O próprio Governo Federal tem investido nos seus *websites*, a fim de torná-los mais atrativos e de fácil manuseio para os cidadãos. Algumas alterações têm sido observadas nesse sentido, desde mudanças na arquitetura das páginas, até o aprimoramento de algumas ferramentas com potencial de estímulo à participação.

3.5.1. Nova configuração para avaliação de e-gov a partir da web 2.0

Diante do permanente aperfeiçoamento das TIC, os governos têm à sua disposição cada vez mais possibilidades de comunicação *online*, o que é também considerado nas investigações da ONU sobre o tema. Inserindo novos elementos nesse debate, o relatório resultante de uma reunião da Organização, em 2009, para definir os indicadores para a metodologia da próxima edição do *benchmarking e-government*, prevista para 2010, contempla cinco áreas principais. São elas: *back-office* de gestão no governo; acesso móvel aos serviços *online* do governo e ao governo web 2.0; inclusão digital; uso dos serviços *online* governamentais pelos cidadãos; e e-participação:

a) **back office de gestão no governo:** Diz respeito à necessidade de uma reorganização de estruturas e relações entre departamentos e agências do poder público, tornando-as mais flexíveis. As alterações devem focar, para isso, a partilha de dados, recursos, processos e conteúdos, promovendo uma rede integrada de comunicação. Além disso, inserem-se aqui preocupações com a melhoria da gestão pública através de uma maior abertura do governo, com base na avaliação de desempenho e aproveitamento e capacitação de todos os seus recursos, conhecimento e legitimidade, a fim de promover maior transparência, flexibilidade e simplicidade nas interações.

b) **acesso móvel aos serviços *online* do governo e governo web 2.0:** Necessidade de ampliação da oferta dos serviços governamentais através de tecnologias sem fio e móvel (*m-government*), diante do aumento exponencial do acesso das pessoas a essas tecnologias. Dentre algumas características específicas do *m-government* em benefício aos serviços de governo eletrônico estão: maior conveniência, acessibilidade e disponibilidade; possibilidade de interação instantânea; melhor precisão na segmentação e personalização de usuários e entrega de conteúdos (poder de *push*); poder de alcance, aumentando a flexibilidade através da mobilidade, tanto para cidadãos quanto para o governo.

c) **inclusão digital:** Caracteriza-se como um dos maiores desafios globais à expansão do *e-government*. Assim, a tecnologia deve resultar também em simplicidade e flexibilidade, com segmentação dos usuários com base na demografia, idade, gênero, cultura, etnia e linguagem sócio-econômica. Isso significa conciliar os formatos *online* já utilizados (portais), com interfaces multi-modais e canais tradicionais, como a interação face a face.

d) **uso dos serviços *online* governamentais pelos cidadãos:** Para a ONU, os usuários tendem a preferir serviços mais adaptados ao local e necessidades pessoais, a fim de

otimizar tempo. Além disso, deve ser estimulada pelos governos uma atitude mais participativa e inclusiva dos cidadãos na interação *online* com a administração pública. Para isso, alguns dos principais desafios são: Qualificação e alfabetização digital dos cidadãos; prestação de serviços adequados, que dêem espaço para que os cidadãos resolvam suas questões com o governo de forma mais rápida, facilitando o cotidiano; integração dos serviços de *e-government*, facilitando a interação do usuário utilizando, por exemplo, ferramentas de web 2.0; confiança no uso dos serviços da administração pública, em termos de proteção a dados pessoais, proteção e privacidade;

e) **e-participação:** Ainda segundo o relatório da ONU, há uma expectativa generalizada de que os cidadãos possam utilizar as TIC para participar da tomada de decisões junto ao Estado, tanto de cima para baixo, em resposta a iniciativas do governo, quanto de baixo para cima, por meio da criação de suas próprias agendas e processos políticos. Para tanto, é necessário que os programas de *e-government* desenvolvam ferramentas de avaliação eficazes e fomentem a participação cidadã com o apoio das ferramentas de web 2.0.

A consideração em torno desses cinco domínios aparece como resposta a uma demanda presente no debate sobre Governo Eletrônico, que diz respeito à apropriação dos recursos tecnológicos para a promoção de formatos de interação digital capazes de valorizar um maior envolvimento dos cidadãos nas questões públicas a partir da negociação direta pelo ambiente *online*. Deve-se lembrar aqui que o trabalho da ONU busca atender a países em diferentes estágios de desenvolvimento dos programas de e-gov, o que nos induz a afirmar que as limitações apresentadas e potencialidades a serem exploradas levam em conta não apenas a realidade do Brasil, mas uma série de contextos por todo o mundo.

Além disso, apesar das especificidades de cada um dos cinco eixos apresentados, o que se observa é uma integração entre eles e a inserção, em cada domínio, das mídias sociais, ou ferramentas de web 2.0, como recurso facilitar nos processos de comunicação digital da administração pública, internamente e com os cidadãos e demais públicos externos. Diante desse novo cenário, e condizente com a proposta desta pesquisa, o próximo capítulo se dedicará a uma reflexão sobre as mídias sociais enquanto ferramentas que começam a se consolidar enquanto canais digitais empregados pelo Estado para melhorar a interação com os cidadãos, num processo que ocorre em paralelo ao aperfeiçoamento dos portais governamentais.

4. MÍDIAS SOCIAIS: DO USO INFORMAL A MECANISMOS DE E-GOV

Como visto no capítulo anterior, os critérios da ONU para avaliação de programas de Governo Eletrônico passam a incluir agora as ferramentas de web 2.0, tradicionalmente utilizadas por entes da sociedade civil e setor empresarial. Se os *websites* governamentais tradicionais ampliam as possibilidades de aproximação com a sociedade a partir do provimento de informações compreensivas sobre as atividades e procedimentos governamentais, podendo contribuir para uma maior abertura cidadã à participação política, a inserção das mídias sociais dá um novo fôlego à discussão, compondo o que entendemos como uma segunda fase de interação digital do Estado.

A fim de fornecer elementos que elucidem a compreensão sobre esses novos formatos de interação pública digital, este capítulo será dedicado à abordagem das mídias sociais, ou web 2.0, refletindo sobre seu conceito, peculiaridades e aplicabilidades para atender a finalidades do governo na interação com a sociedade.

4.1. WEB 2.0: NOVOS DESIGNS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

O conceito web 2.0 foi formulado por integrantes da *O'Reilly Media* e *MediaLive International* e seus delineamentos foram discutidos pela primeira vez em outubro de 2004, durante a 1ª Conferência Web 2.0, realizada em São Francisco (KUKLINSKI, 2007a). O termo surgiria para designar “a set of principles and practices that tie together a veritable solar system of sites that demonstrate some or all of those principles, at a varying distance from that core”²⁸ (O'REILLY, 2005, p.2).

Isso significa que, se na primeira fase a internet (web 1.0) era trabalhada a partir de estruturas (*sites*) isoladas, agora esse modelo divide espaço com uma segunda geração estruturada de modo integrado em termos de funcionalidade e conteúdo. Entre os

²⁸ “um sistema de princípios e práticas que conforma um verdadeiro sistema solar de *sites* que demonstram alguns ou todos aqueles princípios a uma distância variável desse núcleo” (tradução nossa).

pesquisadores da área, há uma tendência a enxergar esse universo como mais propício à participação, tomando-se como referência a web 1.0, conforme veremos em seguida.

Nail (2006) fala em “teatro participativo”, onde os princípios e tecnologias disponíveis ampliam a experiência do usuário na busca por conteúdos correlatos na rede. Boutin (2006) defende a noção de mistura de ferramentas que estimulam a participação, e Grossman (2006) enxerga a web 2.0 como um experimento social que valoriza ao mesmo tempo a “estupidez” e a “sabedoria” das multidões.

A proposta inicial se baseia no que O’Reilly (op. cit.) define como os sete princípios básicos da web 2.0. São eles:

- (1) *A www como plataforma*: a plataforma continua sendo a mesma da fase anterior à web 2.0, mas agora com possibilidade de participação mais aberta, gratuidade nos conteúdos e serviços ofertados. Quanto mais pessoas fazem uso, mais a plataforma é dinamizada;
- (2) *aproveitamento da inteligência coletiva*: com interfaces mais simples e acesso gratuito, cada vez mais usuários vão inserindo novos conteúdos e descobrindo conteúdos relacionados, vindo de outros usuários. Essas associações vão criando teias de conexões, compondo atividades coletivas;
- (3) *gestão do banco de dados como competência básica*: visto como princípio central, já que os dados são os elementos principais em torno da web 2.0, trabalhados através de *softwares* de fácil manuseio. Isso requer habilidade por parte dos usuários, com vistas ao estabelecimento de uma massa crítica, capaz de compor conteúdos relevantes, ampliando, assim, as possibilidades de uso da rede;
- (4) *fim do ciclo de versões de softwares*: uma das principais vantagens às quais o usuário pode ter acesso, devendo ser este visto como um co-desenvolvedor, ao invés de mero consumidor de produtos e programas;
- (5) *modelos leves de programação*; os ambientes devem ser confiáveis e oferecer serviços simples. Um exemplo é o RSS, uma tecnologia que permite ao usuário visualizar conteúdos de seu interesse sem precisar visitar várias páginas. É utilizado principalmente em *sites* de notícias e blogs;
- (6) *software não limitado a um só dispositivo*: a web 2.0 não se limita a computadores (plataforma PC). Através de telefones móveis com tecnologia 3G, por exemplo, é possível utilizar os serviços e outras plataformas vêm sendo desenvolvidas para expandir o acesso;

- (7) *experiências enriquecedoras dos usuários*: interfaces com fácil capacidade de acesso em diferentes plataformas, com sistemas simples e com maior usabilidade, podem criar um ambiente mais propício à troca de experiências pelos usuários, favorecendo construções coletivas.

Embora esses princípios possam ser também associados à fase anterior à web 2.0, o grande diferencial está na maneira como a plataforma passa a ser utilizada, nas novas possibilidades de construção e distribuição de conteúdos pelos usuários. Passa-se do sistema *pull* (conteúdo “puxado” pela audiência), que caracteriza a web 1.0, e do sistema *push* (ou seja, conteúdo “empurrado” pelos veículos ao receptor) dos meios de comunicação tradicionais, para o trabalho de informações com base num modelo misto (*pull e push*), onde a construção e distribuição dos conteúdos partem de todos os lados, formando uma grande teia interligada em seus extremos e configurando a rede P2P, marcada pela descentralização das funções na rede, onde todos os usuários podem ser ao mesmo tempo servidores e clientes.

Por exemplo, comentários a um *post* de um blog, associações livres de imagens, enciclopédias escritas colaborativamente, são capazes de complementar conteúdos, repassando-os e acrescentando a eles novos pontos de vista, que podem ou não divergir dos anteriores.

Desse modo, as ferramentas de web 2.0 acabam por oferecer ao internauta uma nova lógica de navegação, onde, ao invés de um grande centro distribuidor de conteúdos a um público desconhecido, criam-se espaços conectados por micro-redes com capacidade e regidos pela lógica da cooperação e participação. Em outras palavras, “enquanto o modelo massivo foca-se no centro, a web 2.0 fortalece as bordas da rede” (PRIMO, p. 03, 2007).

Conforme definição de Lima Júnior (2009)²⁹, trata-se de

um formato estruturado por intermédio de máquinas computacionais interligadas via redes telemáticas que permite a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social de forma descentralizada, colaborativa e autônoma tecnologicamente. Tem como principal característica a participação ativa (síncrona e/ou assíncrona) da comunidade de usuários na integração de informações.

É nesse sentido que O’Reilly (op.cit.) fala numa “arquitetura de participação”, onde a ênfase se dá no compartilhamento de arquivos digitais- vídeos, fotos, texto e áudio- tendo a web como plataforma central. O princípio dominante desse novo *design* é a relação direta entre a participação dos usuários e a usabilidade dos recursos, já que quanto maior o número

²⁹ Disponível em: <http://labsocialmedia.blogspot.com/> Acesso em 17 de junho de 2009.

de usuários inseridos, maiores as possibilidades de novos arquivos serem disponibilizados e, conseqüentemente, melhores serão os serviços.

Por outro lado, esse cenário gera também uma espécie de “vigilância digital” (BRUNO, 2008), já que os diversos ambientes e serviços oferecidos contêm em seus sistemas de funcionamento formas de monitorar e classificar as ações dos usuários, o que coloca em risco a própria noção de privacidade. Esse tipo de vigilância pode ser entendido como “monitoramento sistemático, automatizado e a distância de ações e informações de indivíduos no ciberespaço, com o fim de conhecer e intervir nas suas condutas ou escolhas possíveis” (BRUNO, 2008, p.169), o que é feito através dos bancos de dados e acompanhamento dos perfis. Deve-se levar em conta ainda o fato de que o caráter anônimo ou não, não interfere substancialmente nos efeitos de tal ação, já que é possível identificar perfis de usuários, enquadrando-os em categorias (idade, gênero, profissão, etc.), o que permite, por sua vez, identificar interesses, que orientam futuras intervenções.

Além disso, é preciso analisar questões referentes às exigências do próprio sistema à inclusão dos usuários nesse novo formato de navegação na rede, o que faz com que alguns autores questionem a idéia de maior propensão democrática da web 2.0 (KUKLINSKI, 2007b). Isso porque, diante de uma ampla quantidade de conteúdos disponíveis, mais do que a habilidade técnica para saber como buscar conteúdos e interagir com as ferramentas, é preciso que o internauta possua condições cognitivas para estabelecer seus próprios critérios de seleção, tanto para a escolha dos conteúdos a consumir quanto para a sua própria produção, interligada a outros conteúdos já disponíveis na rede.

Las computadoras no son sólo costosas máquinas de escribir, o pequeñas bibliotecas listas para ser utilizadas. Así es que cuando se habla de alfabetización digital, se puede afirmar que la alfabetización de mayor nivel es la producción de contenidos, es decir, la transformación de los usuarios en desarrolladores, en este caso, a instancias de las aplicaciones Web 2.0³⁰ (KUKLINSKI, 2007b, p. 91)

Com isso fica claro que a web 2.0, com todas as suas potencialidades, só poderá promover reais mudanças de relacionamento dentro da rede se os indivíduos que estiverem naqueles espaços forem capazes de refletir e dialogar sobre os recursos à sua disposição. A mudança de *status* de receptores para desenvolvedores exige, por parte de cada indivíduo, bases para tal atuação, o que antecede a relação com a tecnologia. Portanto, pensar em web

³⁰ Os computadores não são apenas máquinas de escrever caras, ou pequenas bibliotecas prontas para ser utilizadas. Assim, quando se fala de alfabetização digital, pode-se afirmar que a alfabetização de nível superior é a produção de conteúdos, ou seja, a transformação dos usuários em desenvolvedores, neste caso, a instâncias das aplicações web 2.0 (tradução nossa).

2.0, ou mídias sociais, é antes de tudo pensar em novos formatos disponíveis na rede, mas que, por si só, não são capazes de promover uma revolução digital.

Aunque el término Web 2.0 se haya convertido en una palabra utilizada por muchos, su denominación es quizás menos importante que los proyectos envueltos bajo esas características conceptuales y técnicas. En cualquier caso se trata más de una evolución constante de la ecología de los medios que de un momento estático que se introduce em forma revolucionaria³¹ (KUKLINSKI, 2007a, p.33).

A web 2.0 pode ser vista, desse modo, como um conjunto de ferramentas aptas a serem apropriadas de modo a favorecer construções coletivas, e facultando a cada usuário liberdade na maneira como interage nesses espaços. Pode ser de modo visto como mais tradicional, navegando entre os conteúdos, ou de forma mais ativa, criando e colaborando para a difusão de conteúdos que venham de alguma forma agregar àqueles sujeitos, bem como orientando suas próprias escolhas.

Algumas das ferramentas de web 2.0 mais utilizadas são Facebook, BlackPlanet, MySpace, Faithbase, YouTube, Eons, Flickr, Glee, Digg, MiGente, Twitter, MyBatanga, Eventful, AsianAve e Orkut. No Brasil, as mais difundidas são o Blog, o YouTube, o Orkut, o Flickr e, mais recentemente, o Twitter³².

4.2. A APROPRIAÇÃO DA WEB 2.0 PELO ESTADO

O processo de integração da chamada web 2.0 ao universo governamental teve como marco consolidador as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2008. O presidente eleito Barack Obama teve nessas ferramentas um de seus trunfos de campanha, o que provocou a seguinte declaração do diretor de pesquisa do Projeto Democracia Online da Universidade George Washington, o cientista político Michael Cornfield, ainda durante o processo eleitoral:

Sem internet não haveria Obama. A diferença de compreensão, entre as campanhas de Obama e Clinton, sobre o que se pode realizar por meio da política online tem sido um fator decisivo nessa que é a maior reviravolta na história das primárias presidenciais. [...] nenhuma delas teria sido tão decisiva sem o dinheiro que Obama arrecadou online, os vídeos que Obama postou online e, acima de tudo, os milhões

³¹ Embora o termo web 2.0 tenha sido convertido numa palavra utilizada por muitos, talvez sua denominação seja menos importante do que os projetos envolvidos nessas características conceituais e técnicas. De todo modo, trata-se mais de uma evolução constante da ecologia dos meios do que de um momento estático que se introduz de forma revolucionária (tradução nossa).

³² Tomamos como base os dados apresentados pelo Alexa, um *site* de pesquisas sobre número de usuários que visitam páginas na web, trazendo ranking mundial e nacional. Endereço.: www.alexa.com

de pessoas que aderiram online à campanha de Obama, em seus tempos e termos próprios (in GOMES et. al., p. 02, 2009).

Vencida a corrida presidencial, a equipe do democrata trabalha o uso das mídias sociais enquanto ferramentas de governo eletrônico. Para isso já foram criados perfis em Blogs, Facebook, Orkut, Twitter, onde são passados esclarecimentos à população, bem como um atendimento a dúvidas sobre as ações do Governo, num canal direto entre governo e comunidade. O objetivo é transmitir à população uma idéia de maior proximidade com o presidente e, conseqüentemente, de participação nas ações políticas do governo, além de ter ali um canal para prestação de contas.

De modo geral, pode-se falar em novas funções para as ferramentas disponíveis na internet onde as páginas funcionam não como um canal emissor de conteúdos, mas como um centro distribuidor, relacionado a diversas outras páginas e ferramentas, para compartilhamento de fotos, vídeos, mensagens, dentre outras finalidades. A partir da interligação de conteúdos em ferramentas complementares sobre uma mesma plataforma, ampliam-se as possibilidades de participação em torno das questões públicas, com maior agilidade, menor custo para o governo e facilidade de acesso ao cidadão.

No entanto, vale a pena voltar a chamar atenção sobre os requisitos necessários ao cidadão a fim de viabilizar essa participação. Num estudo sobre a relação entre produção de capital social e redes sociais na internet, La Due Lake e Huckfeldt (1998) apontam o nível educacional dos cidadãos como fator mais significativo de participação política, tendo em vista que quanto mais alto o nível educacional, mais competências e recursos os indivíduos terão para interagir politicamente. Os autores concluem ainda que aqueles com maior escolaridade são, em geral, os mais beneficiados com o capital social gerado a partir de suas redes de relacionamento, e quanto maior o capital social gerado, maiores as possibilidades de participação.

Outro ponto importante é o perfil colaborativo das mídias sociais, que altera as formas de apresentação dos agentes públicos, uma vez que a sensação de proximidade entre os usuários remete a uma maior informalidade na interação, em relação aos *websites* tradicionais.

Quanto à vigilância nesses espaços, tem-se duas perspectivas. De um lado o governo, que obtém maiores condições de monitorar a opinião pública, retirando daí elementos para uma intervenção rápida, direta e a baixo custo. De outro os cidadãos, cujas manifestações ganham eco na rede, obtendo nesses espaços condições mais amplas de mobilização, denúncias, questionamentos aos agentes públicos e manifestação de pensamentos. Com isso, amplia-se também o constrangimento ao qual o Estado passa a estar submetido, diante de

maior exposição e visibilidade, o que exige dele uma postura condizente com o perfil interacional das mídias sociais.

De acordo com Chang e Kannan (2008), esse posicionamento governamental pode ser posto em prática baseado em três formas de uso distintas: foco na comunicação com a sociedade, no sentido de divulgar as ações governamentais; foco na interatividade, buscando um *feedback* dos cidadãos sobre as políticas, serviços e ações do Governo; ou foco nos serviços, disponibilizando pela web 2.0 serviços públicos oferecidos por outros canais de relacionamento entre Estado e sociedade, aumentando a confiança dos cidadãos nas relações virtuais com o governo.

Cada uma das três formas acima de uso das mídias sociais implica em níveis diferenciados de relacionamento G2C. Embora os autores não explorem as condições de participação para fins políticos, cabe salientar que cada uma dessas perspectivas carrega, por si só, potencial para aprofundamento das interações digitais entre Estado e sociedade, exigindo, por parte do primeiro, projetos inovadores capazes de garantir a privacidade, legalidade e segurança dos dados, além da disponibilização de ferramentas que estimulem e facilitem construções coletivas.

Para isso deve ser considerada uma diversidade de questões, referentes à estrutura, política de acesso, intenções do governo, capacitação técnica e política dos cidadãos, dentre outras já apresentadas neste trabalho. De todo modo, iniciativas-piloto podem se apresentar como formas ricas de aprendizagem sobre os potenciais problemas e desafios a serem enfrentados.

4.3. ABORDANDO ALGUMAS MÍDIAS SOCIAIS

Embora as mídias sociais tenham como característica comum o potencial de engajamento decorrente de uma maior liberdade no compartilhamento de informações, com interação direta sem as barreiras do tempo e espaço, é importante salientar que elas apresentam especificidades entre si, podendo ser exploradas para finalidades distintas e assumindo um perfil mais informacional ou conversacional, a depender de como são apropriadas, o que está diretamente ligado aos públicos que interagem nesses ambientes virtuais (RECUERO, 2009).

Nesta pesquisa, nos concentraremos na abordagem sobre as mídias sociais Blog, Twitter, Orkut e YouTube, apresentando noções gerais relacionados aos seus conceitos e

características. Tal delimitação se justifica por serem as mesmas os canais de comunicação baseados na web 2.0 atualmente utilizados pelo Executivo Federal, foco deste estudo, para interação digital com a sociedade e cujas algumas experiências serão tratadas no capítulo seguinte.

4.3.1 Blog

O Blog, abreviação para *weblog*, uma das mídias sociais de maior difusão entre os internautas, foi citado pela primeira vez em 1997 para se referir a um conjunto de *sites* que divulgava *links* na web, funcionando, portanto, como *link-driven*. Inicialmente, o formato se assemelhava aos *sites* tradicionais, exigindo do criador, inclusive, conhecimento da linguagem HTML (BLOOD, 2000).

A diferenciação dos Blogs em relação aos *sites* tradicionais foi introduzida com as ferramentas de publicação, que lançaram sistemas através dos quais já não era necessário o domínio daquela linguagem, facilitando a publicação de conteúdos em *websites*. Num segundo momento, a inserção das ferramentas de comentários e de *trackback*- link para outro Blog em torno do mesmo assunto- contribuiu para a consolidação dessas mídias sociais enquanto mecanismo particular de comunicação na web (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009).



Figura 2: Reprodução da página inicial do Blogger (Google)

Através de um mapeamento sobre a natureza dos Blogs, Amaral, Recuero e Montardo (ibid.) promovem uma distinção da ferramenta por meio de uma categorização com base nas definições encontradas na literatura, divididas pelas autoras em três grupos: estrutural, funcional e de artefato cultural. No primeiro, *estrutural*, a ferramenta é analisada enquanto um formato característico na *web*, com um conjunto de elementos que caracterizam a arquitetura da página. Questões como necessidade ou não de comentários e periodicidade de atualizações como características de um Blog são discutidas dentro dessa linha.

Conforme Schmidt, e segundo a perspectiva estrutural, os Blogs podem ser entendidos atualmente como:

websites frequentemente atualizados onde os conteúdos (texto, fotos, arquivos de som, etc.) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificados com uma URL única (SCHMIDT apud AMARAL; RECUERO; MONTARDO, p.30, 2009).

No segundo grupo estariam os autores que conceituam os Blogs a partir de seu aspecto *funcional*, ou seja, sua apropriação enquanto meio de comunicação marcado pelo caráter conversacional e caracterizado enquanto espaço de sociabilidade dentro das redes, dando visibilidade a conteúdos de forma descentralizada (LEMOS; NOVAS, 2005; MARLOW, 2005; PRIMO; RECUERO, 2003). Aqui, a questão da estrutura deixa de ser prioridade, pensando-se os blogs muito mais enquanto canais de comunicação e compartilhamento de conteúdos.

Sobre as funções, Aquino (2009) classifica os Blogs em cinco categorias: diários- trazem informações sobre a vida pessoal do autor; publicações- focam um tema específico ou tratam de generalidades, sempre com opinião do autor; literários- histórias ficcionais, conjuntos de crônicas ou poesias; *clippings*- apanhados de *links* com o objetivo de filtrar informações publicadas em outros meios; mistos- oscilam com *posts* pessoais e informativos.

Para Marlow (2005), provavelmente o fator mais importante para implicações sociais e conseqüente contribuição de um Blog, o que está diretamente associado à sua funcionalidade, é o montante investido pelo autor, ou seja, de que forma ele se dedica à ferramenta, construído e expondo conteúdos, e até que ponto ele permite a participação de outros usuários a ele conectado por aquele espaço.

Uma terceira linha de definição apontada por Recuero seria a do *artefato cultural*, onde o Blog é pensado a partir de uma perspectiva antropológica, sendo a ferramenta

apropriada a partir da subjetividade do seu autor. Assim, os Blogs funcionariam como repositórios culturais de determinados grupos ou indivíduos. (ESPINOSA, 2007).

Quanto aos formatos dos Blogs, a autora aponta a personalização como observação recorrente na literatura. Essa característica se refere à maneira como o autor da página, por meio de suas escolhas de publicação e distribuição de conteúdos na tela, é capaz de dar pistas sobre quem ele é enquanto sujeito social. Efimova e Hendrick (2004), em estudo sobre uma comunidade *online* de gestão do conhecimento formada a partir do compartilhamento de informações entre Blogs, defendem que estas páginas são cada vez mais a identidade de seus autores e que tal personalização, muito mais do que a publicação de conteúdos, é o que o torna peculiar em relação a outros formatos de comunicação na *web*. Assim, os Blogs “não são apenas ferramentas caracterizadas pelo seu produto, são formas de publicação apropriadas pelos seus usuários como forma de expressão” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, *op. cit.*, p. 34).

Segundo pesquisas da *Pew Internet & American Life Project*, em 2004 cerca de oito milhões de internautas escreviam e em média 32 milhões liam Blogs nos Estados Unidos. Em 2008 foram localizados 133 milhões de Blogs em todo o mundo, totalizando 900 milhões de *posts* diariamente (DE ZÚÑIGA et. al., 2009). Refletindo sobre para que fins essas ferramentas têm sido apropriadas, acredita-se que, embora nem todos os usuários visitem Blogs políticos e poucos desses Blogs possam ser considerados políticos (cerca de 3%, segundo a pesquisa), constituem-se enquanto espaços públicos de ampla difusão de informações, podendo servir como motivadores para que o internauta se interesse por aquelas questões.

Investigando a proliferação do uso dos Blogs no setor público, um estudo realizado pela IBM (WYLD, 2007) com base em práticas consideradas bem sucedidas, aponta princípios a serem seguidos no uso da ferramenta nesse contexto: (1) definir claramente a identidade do órgão e sua finalidade naquele espaço; (2) compromisso com a periodicidade de publicação de novos *posts*; (3) estar aberto a críticas e posicionar-se diante delas; (4) ter cuidado com o excesso de informações postadas, diante do perfil instantâneo da ferramenta; (5) estar atento a outros Blogs disponíveis na rede, a fim de explorar possíveis oportunidades para melhorar a comunicação com os usuários.

Isso significa acreditar que, por sua capacidade de rede e comunicação horizontal, os Blogs carreguem o potencial de contribuir para uma nova configuração social, com alterações nas relações de produção econômica e poder político, ampliando as condições de participação na esfera pública e podendo, com isso, influenciar o processo democrático. Dessa forma,

“blogs may constitute themselves as an alternative source of information and political action organization, resulting in increased political engagement³³” (DE ZÚÑIGA et. al, ibid, p.4). Funcionariam, portanto, como um ponto de partida e convergência para propagação de informações, podendo se constituir enquanto mecanismos de construção coletiva e partilha de conteúdos passíveis de serem aproveitados ou servir de base para atuação política na esfera presencial.

4.3.2. Twitter

Ferramenta com limite máximo de 140 caracteres por postagem, o Twitter é considerado uma versão mais “enxuta” do Blog, sendo por isso chamado de microblog. Através dele, o usuário pode enviar mensagens (*tweets*) à página *web* via mensagem instantânea (SMS), e-mail, *site* ou programa especializado, podendo ser públicas (a todos os seguidores) ou privadas (a perfis específicos).

O Twitter permite ainda que o usuário leia uma atualização feita por outro internauta no momento em que a informação foi publicada, facilitando uma rápida comunicação, através de resposta ou comentário à publicação. A ferramenta foi criada em março de 2006 pela empresa de produtos *web* *Obvious Corp*, com sede em São Francisco, Estados Unidos.



Figura 3: Página inicial do twitter

³³ “Os blogs podem se constituir como fonte alternativa de informação e de organização da ação política, resultando em um maior engajamento cívico” (tradução nossa).

De acordo com a revista *Time*³⁴, até maio de 2009 havia 32 milhões de usuários no twitter em todo o mundo, com mais de dois milhões de “seguidores³⁵”, e um crescimento médio mensal entre 50% a 100% no uso do serviço. Naquele período, o Facebook, rede social mais usada no mundo, contava com 200 milhões de usuários em todo o mundo. No Brasil, o Twitter possui mais usuários que o Facebook. Em maio de 2009, os dados eram de respectivamente 3,7 milhões de acesso ao twitter, contra 2,7 milhões ao facebook³⁶.

Embora sejam números expressivos, o uso do Twitter não apresenta maiores impactos se analisado num contexto mais amplo, já que representa um percentual baixo tendo em vista o número de pessoas com acesso à internet no país. Os dados de junho de 2009, por exemplo, apontam cerca de cinco milhões de usuários no Brasil, ou seja, 15% dos cerca de trinta e quatro milhões de brasileiros com acesso à internet, com média de permanência de trinta e seis minutos por mês. Ainda assim, o país lidera a lista, tendo ultrapassando inclusive os Estados Unidos, com 11% de acesso naquele mês, sendo trinta e um minutos de acesso mensal por usuário³⁷.

Estudos mais recentes confirmam a posição do Brasil. Segundo dados do Ibope Nielsen, em janeiro de 2010 o país contava com cerca de dez milhões de usuários do Twitter, sendo também o país que permanece por mais tempo no *site*, com a média de cinquenta e sete minutos por mês³⁸.

Mesmo não tendo atingido o crescimento esperado, ao contrário do que aconteceu com mídias sociais como o Orkut e YouTube, a repercussão do Twitter enquanto ferramenta social é relacionada não à quantidade de usuários, mas ao impacto provocado pelas mensagens disseminadas nessa rede, o que se mostra como

um reflexo de uma pequena esfera de influenciadores: usuários que, apesar de poucos em número, possuem uma capacidade de amplificar as informações muito maior (como é o caso dos jornalistas, por exemplo, que vão trazer para os veículos tradicionais ou online pautas que foram observadas no Twitter). Com isso, o "barulho" produzido pela ferramenta é amplificado, gerando uma percepção maior de impacto, que é desconectada do seu número de usuários (RECUERO, 2010³⁹).

³⁴ Disponível em: <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1902604,00.html>. Acesso em 15 de junho de 2009. Com o título “Como o twitter vai mudar a nossa vida”, a ferramenta foi matéria de capa da edição de 05 de junho de 2009 da *Time*.

³⁵ Usuários conectados ao sistema e que acompanham postagens de outros usuários, em suas respectivas páginas no twitter.

³⁶ De acordo com dados do Ibope Nielsen Online. Fonte: <http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC, blog.BlogDataServer, getBlog&pg=1&template=3948.dwt&tp=§ion=Blogs&blog=222&tipo=1&colDir=1&topo=3951.dwt>

³⁷ <http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/07/13/participacao-do-twitter-no-brasil-atinge-15-em-junho-informacao-ibope>. Acesso em 22 de fevereiro de 2010.

³⁸ <http://www.dcomercio.com.br/Materia.aspx?id=35621>. Acesso em 20 de fevereiro de 2010.

³⁹ www.pontomidia.com.br/raquel. Acesso em 05 de abril de 2010.

Fica claro, portanto, que as interações construídas no Twitter decorrem sobretudo do interesse nas informações divulgada pela rede de usuários conectados, o que independe da existência de laços entre seguidores e seguidos. Diferentemente de mídias sociais como o *Fotolog* ou *Flickr*⁴⁰, cuja interatividade se baseia na relação entre usuários próximos para, a partir daí, surgirem temas de interesse comum, no Twitter, as ligações se desenham a partir do teor das mensagens divulgadas. Por mais que, inicialmente, conhecer um “twiteiro” motive um usuário a segui-lo, com o manuseio da ferramenta, esse critério passa a ser substituído pelo assunto tratado na mensagem rápida, criando redes de desconhecidos interligados por interesses em comum. Vale ressaltar ainda que um alto número de seguidores não significa, necessariamente, repercussão. Além disso, um dos diferenciais do Twitter está na possibilidade de “seguir” sem necessariamente ser “seguido” pelo usuário daquele perfil, permitindo o estabelecimento de conexões não-recíprocas

além de formar as redes pela conversação, é possível formar uma rede de contatos na qual jamais houve qualquer tipo de interação recíproca. E essa conexão, embora não recíproca, pode dar ao ator acesso a determinados valores sociais que não estariam acessíveis de outra forma, tais como determinados tipos de informações. Considera-se essa conexão como social porque o ator adicionado é informado desse acréscimo, podendo impedi-lo, se desejar. (RECUERO; ZAGO, 2009, p.83).

É nesse sentido que o perfil do Twitter vem também sofrendo alterações, de informacional, tal como era explorado no início, para conversacional, como foi originalmente pensado (JAVA et. al., 2007). Assim, a pergunta “O que você está fazendo?” como orientação para respostas em mensagens de até 140 caracteres, vem sendo deixada de lado enquanto estímulo inicial para manifestação *online*, em detrimento da busca pelo estabelecimento de conversação entre os usuários, desenhadas através de mensagens curtas, mas que parecem provocar grande impacto entre os usuários, com repercussões também em outras ferramentas digitais.

Já no universo político, alguns estudos vêm mostrando como o Twitter tem tido seu potencial pouco aproveitado por autoridades nas três esferas de poder (SILVA; BUENO, 2009). A expectativa, acredita-se, é um aprimoramento do uso da ferramenta, acompanhada de uma maior exploração para fins de comunicação governamental tendo como elemento central o estímulo à participação *online*, inclusive com ampla utilização em campanhas políticas.

⁴⁰ Mídias sociais de compartilhamento de fotos e imagens.

4.3.3. YouTube

O YouTube é um site de compartilhamento de arquivos audiovisuais caracterizado pela participação de internautas como provedores de conteúdo⁴¹. Lançado oficialmente em junho de 2005, foi comprado em 2006 pelo site de buscas Google, por 1,65 bilhões de dólares. No início de 2008 já figurava entre um dos dez sites mais visitados do mundo, hospedando, em abril daquele ano, cerca de oitenta e cinco milhões de vídeos, número correspondente a 37% de todos os vídeos vistos nos Estados Unidos (BURGESS; GREEN, 2009) e em maio de 2010, após cinco anos no ar, contabilizava duas mil visualizações diárias em todo o mundo⁴².

Dentro dessa lógica de compartilhamento de arquivos, a grande novidade inserida pelo YouTube, considerado em 2006 a “Invenção do Ano” pela revista *Time*, foi a possibilidade de os internautas postarem vídeos- exibidos anteriormente em outras mídias ou inéditos- sem a necessidade de uma autorização prévia. Assim, vídeos sem qualidade profissional e restrição de assunto ou formato podem ser lançados gratuitamente na *web* por qualquer usuário que possua uma conta no *site*. A única limitação é que o arquivo de vídeo possua até 100 MB ou duração de dez minutos, além de não poder ter *copyright*.

O *site* trouxe ainda a possibilidade de se assistir a vídeos pela internet sem a necessidade de fazer *download*. A gratuidade dessa participação, por outro lado, acabou gerando ao YouTube alguns problemas judiciais ligados a direitos autorais, o que motivou a contratação de equipe para fiscalizar conteúdos postados, censurando-os quando necessário. Conteúdos pornográficos, por exemplo, não são permitidos, vídeos com alto teor de violência são recomendados apenas para adultos⁴³, mas nem mesmo o monitoramento é capaz de identificar se um vídeo postado possui *copyright*.

Serrano e Paiva (2008) classificam os recursos disponíveis no YouTube em funcionais, relacionados à estrutura e operatividade do *site*, e interacionais, referentes às ferramentas de interação entre os usuários. Dentre os recursos funcionais alguns são: possibilidade de exportação de vídeos para outras páginas; escolha de publicação pública ou privada do vídeo; e sistema de busca por palavra-chave. Já entre os recursos interacionais, inserem-se opção de sinalizar vídeos considerados impróprios; comentários e avaliação aos vídeos; construção de comunidades de interesses, dentre outros.

⁴¹ Os criadores foram os norte-americanos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim.

⁴² Dados: www.youtube.com/t/fact_sheet. Acesso em 20/05/10.

⁴³ O site é projetado para maiores de 18 anos, o que está explícito nos termos de uso para criação de conta na página.

Por suas facilidades de acesso e interação, no YouTube podem ser encontrados desde vídeos caseiros- como paródias, situações do cotidiano, depoimentos, etc.- passando por trechos de produções que ganharam repercussão na televisão, clássicos da publicidade e do cinema, clipes musicais, até flagrantes envolvendo autoridades e políticos, só para citar algumas possibilidades.

O YouTube ocupa atualmente a terceira colocação mundial entre os *sites* mais visitados na internet, perdendo para Google e Yahoo, respectivamente primeiro e segundo sites mais acessados em todo o mundo. No Brasil, o site ocupa a quinta colocação, sendo antecedido pelo Google Brasil, Orkut, Google e Windows Live.⁴⁴

Quanto à navegabilidade⁴⁵, a organização da página inicial do YouTube apresenta os links “Vídeos sendo assistidos agora”, exibidos por número decrescente de acessos; “Vídeos em destaques”, que remetem a vídeos recém-postados no site; e “Mais populares”, referente aos os vídeos mais assistidos no YouTube.

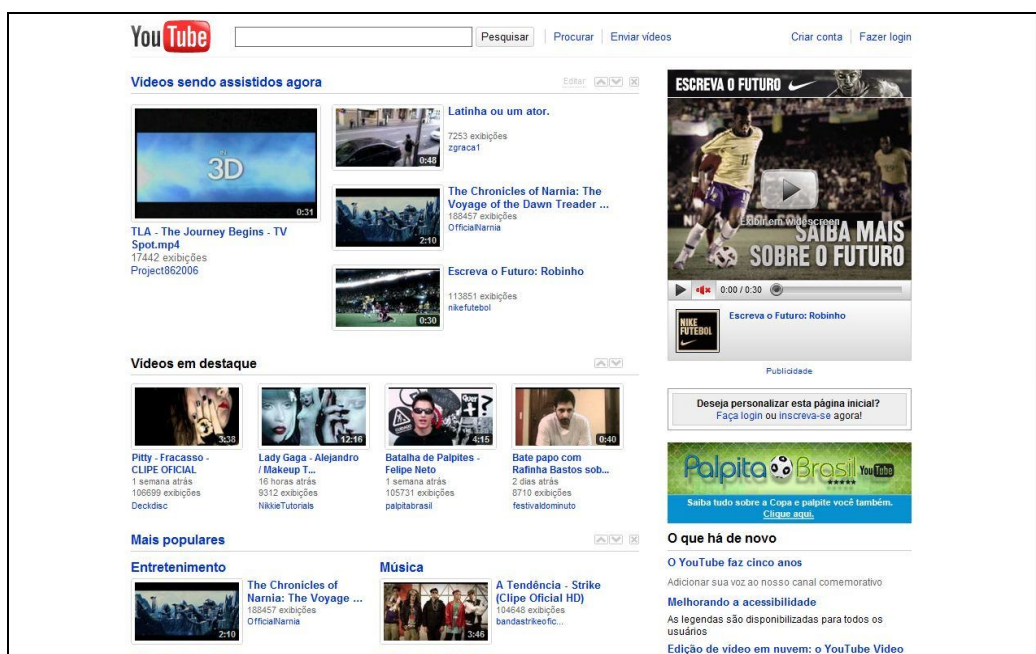


Figura 4: Reprodução da página inicial do YouTube

A busca pelos arquivos dentro da página pode ser feita através de quatro pastas- Categorias, Vídeos, Canais e Comunidade- que funcionam como meios de acesso basicamente aos mesmos arquivos.

⁴⁴ Dados extraídos do site http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?ts_mode=global&lang=none em 05 de junho de 2010.

⁴⁵ Refere-se “ao modo como o usuário recebe ‘pistas’ que o ajudem a localizar-se na organização geral do site, possibilitando encontrar os conteúdos” (LEMOS; CUNHA; PEREIRA, 2007, p.168).

Nas pastas *Categorias* e *Vídeos*, os vídeos são agrupados por temas. Os vídeos postados são contextualizados por meio de informações como autor do *post*, número de exibições, campo para comentários, avaliação e um texto curto inserido também pelo autor.

Canais são subpastas através das quais os membros colaboradores do YouTube apresentam seus vídeos e amigos. As buscas por vídeos nos canais podem ser feitas relacionando-se temas, classificações (mais visto, mais recente, mais comentado) e tempo em que o vídeo está numa determinada posição (esta semana, este mês, tempo indeterminado). A pasta *Comunidade*, desdobrada entre Grupos e Competições, trata de temas específicos, atraindo participantes respectivamente por interesses comuns e disputas, onde o vídeo pode funcionar como ponto de partida para debates *online*. A busca de vídeos dentro das *Comunidades* pode ser feita pelos critérios “com mais inscritos” e por vídeos “mais vistos”.

Com essas características, o YouTube permite que cada participante construa na rede o seu próprio repertório de escolhas, dando visibilidade a questões de seu interesse, por meio da interação com outros participantes, em *posts*, comentários ou vídeo-respostas. O site se configura, portanto, como “uma ferramenta tecno-social geradora de significações que podem favorecer novas experiências sensoriais, cognitivas e comunitárias” (PAIVA, 2008, p.5), ou ainda como “um ambiente sociocomunicacional constituído por informações fragmentadas, multimidiáticas e hipertextuais, produzidas e gerenciadas por diversos colaboradores” (CORTEZ, 2009, p.15), fazendo com que a lógica de circulação de capitais seja baseada na comercialização de informações e serviços e não na venda direta de produtos.

Pensando o YouTube pelo viés do ativismo político, embora o *site* não deva ser visto como algo puramente ativista, já que é controlado por umas das principais empresas de conteúdo na web e os participantes não obtêm lucro direto com *uploads* dos vídeos, existem ali diferentes possibilidades de apropriação do meio para compartilhamento de conteúdos sem a vigilância dos canais tradicionais. Assim, o potencial democrático do *site* estaria na possibilidade de qualquer usuário intervir, de dar visibilidade a conteúdos que podem ser permanentemente complementados por ele mesmo ou por outro participante, funcionando como elemento impulsionador para debates capazes de extrapolar aquilo que é abordado em apenas dez minutos de vídeo.

Conscientes dessa possibilidade, as instâncias governamentais vêm também se apropriando do YouTube para fins de aproximação com a sociedade. O *site* vem se consolidando enquanto espaço de interlocução tanto de agentes públicos quanto das próprias instituições do Estado com a sociedade civil. Através de divulgação de vídeos, pode-se obter um aumento da visibilidade ao mesmo tempo em que é possível sondar a opinião pública,

através, por exemplo, dos comentários e número de exibições, numa liberdade vigiada. Com isso, abre-se espaço para a troca- o que, contudo, não é garantia que ela ocorra- por meio da apresentação de propostas, esclarecimentos sobre as questões públicas, prestação de contas e contato direto com dúvidas, questionamentos ou solicitações da sociedade, tudo sem o intermédio das grandes mídias, o que significa redução nos custos ao governo e agilidade na comunicação.

Uma experiência recente de apropriação do YouTube para fins políticos é o YouChoose, criado nos Estados Unidos durante as eleições de 2008, para que os candidatos apresentassem suas plataformas eleitorais e, com isso, disponibilizassem informações detalhadas sobre o processo eleitoral no país, esclarecendo dúvidas e questionamentos da população. Os vídeos postados eram basicamente os mesmos exibidos nas campanhas em televisão, mas funcionavam como ponto de partida para debates mais amplos, com a possibilidade de interação direta entre candidatos e internautas⁴⁶.

Após as primeiras experiências nos Estados Unidos, também no Brasil o emprego do YouTube enquanto recurso digital complementar de aproximação com a sociedade tem sido uma prática crescente, tanto para fins de campanha, quanto para fins institucionais.

4.3.4. Orkut

O Orkut é um *site* de mídia social cuja prática mais valorizada é o *social browsing*, ou seja, “observar os perfis e mudanças dos perfis dos outros, ver quem é amigo de quem” (RECUERO, 2010)⁴⁷, tendo por isso um caráter mais social do que informativo. Foi lançado em janeiro de 2004 pelo Google, a partir de trabalho desenvolvido pelo funcionário da empresa Orkut Buyukkokten.

Diferentemente das mídias sociais anteriores, no início a criação de página no Orkut dependia de convite de um usuário já cadastrado, o que contribuiu para a sua repercussão, inclusive no Brasil, que atualmente é o país com maior número de usuários do site, de acordo com dados do *site* de pesquisa Alexa. O funcionamento se dá através de perfis de usuários que

⁴⁶ No dia 03 de junho de 2010, o Google apresentou um pacote de aplicativos para ampliar as possibilidades de uso do YouChoose, agora chamado de YouChoose2010 e voltado para as eleições para senador, deputado federal e governador nos Estados Unidos. Com o novo pacote, os candidatos terão vantagens em relação aos demais usuários, podendo postar vídeos com duração superior a dez minutos, além de poderem filtrar comentários e acessar informações sobre quem está assistindo. Fonte: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/06/youtube-cria-sistema-para-ajudar-candidatos-em-eleicoes-nos-eua.html>. Acesso em 10 de junho de 2010.

⁴⁷ <http://www.pontomidia.com.br/raquel>

trocam mensagens de texto entre si, podendo compartilhar ainda fotos e vídeos. Diariamente, os usuários compartilham cerca de trinta mil fotos pelo *site*⁴⁸.

Sobre as interações no Orkut, cada usuário pode ter até mil “amigos”, que os são outros usuários conectados ao seu perfil. É importante ressaltar, no entanto, que um alto número de membros interligados não significa, necessariamente, um alto grau de conversação entre eles. O usuário pode permanecer no *site* apenas se mantendo conectado a centenas de outros usuários, sem estabelecer com eles nenhum tipo de debate. Tal como pode ocorrer no Twitter ou nos Blogs,

essas redes podem ser muito grandes, muito maiores do que redes sociais *off-line*, justamente porque manter os laços ali não tem custo para os atores. Enquanto essas conexões não forem deletadas, ali permanecem, independentemente de interação social e de investimento em capital social (RECUERO; ZAGO, 2009, p.98)

Essa consideração se faz necessária, sobretudo ao se pensar o potencial democrático do Orkut, bem como das demais mídias sociais. À medida que os usuários deixam de ter necessidade de estabelecer interações mais complexas com os outros indivíduos aos quais estão conectados pelo *site*, ampliam-se as possibilidades de estabelecimento de laços fracos entre eles, ou seja, pessoas interligadas sem uma relação social anterior, indivíduos que se conhecem pouco ou até mesmo desconhecidos uns dos outros, mas que se conectam muitas vezes para fins meramente sociais, de busca por popularidade. “Assim, estar num site de rede social é performático, é exposição, construção de presença. Ao mesmo tempo, é ser público” (RECUERO, 2009).

Nesse sentido, o Orkut vem sendo utilizado para aproximação de usuários, para finalidades como, por exemplo, a inclusão social de idosos (GODOI; MACHADO, 2009) e tendo como grande motivador a curiosidade no uso da ferramenta (LÖBLER; VISENTINI; ESTIVALETE, 2009).

⁴⁸ <http://www.ibope.com.br>

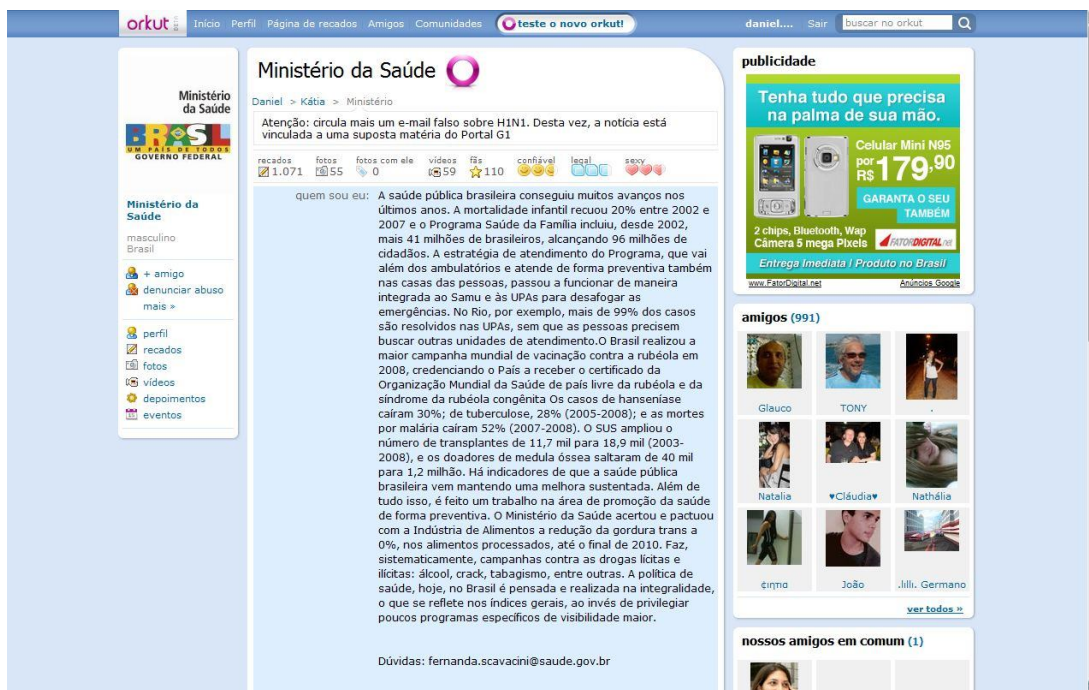


Figura 5: Reprodução da página inicial de perfil no Orkut

Dentro do Orkut, as interações podem ocorrer ainda através das comunidades, grupos criados em torno de temáticas específicas, que vão desde assuntos cotidianos e temas relacionados a classes específicas até abordagens em questões políticas. As interações nesses espaços podem ocorrer por meio de fóruns, com tópicos (assuntos específicos relacionados ao tema geral da comunidade) e mensagens. Qualquer usuário pode criar uma comunidade no Orkut, sendo ele o responsável pela autorização para que outros membros funcionem como moderadores ou participantes.

Autores como Vera Chaia (2007, p.133) defendem as comunidades do Orkut como elemento de atração de usuários ao debate. Embora com perfil predominantemente social, as discussões políticas também vêm se proliferando nesses ambientes:

Exageros à parte, as comunidades formadas através dessa ferramenta ganharam visibilidade e ampliaram a participação dos internautas brasileiros neste espaço virtual. Além dos internautas que buscam nas comunidades fazer amigos e procurar pessoas com o mesmo perfil, as comunidades viraram espaços para o aprimoramento da Comunicação Política (CHAIA, 2007, p.133).

Do ponto de vista do debate político, algumas experiências podem ser citadas, a exemplo de comunidades como a “Fora Sarney”⁴⁹, criada por estudantes secundaristas com

⁴⁹ <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=12838866>

ramificações por todo o país, “Pela ética na política já⁵⁰” e “Repúdio à ignorância política⁵¹”, dentre outras. De modo geral, essas comunidades buscam promover fóruns e discutir questões ligadas ao universo político que tenham ganhado repercussão na grande mídia. Podem funcionar como espaço de troca de idéias restrita ao ambiente online, ou atuar como ponto de partida para manifestações ou eventos relacionados no ambiente presencial, a exemplo de protestos, caminhadas, manifestações, dentre outras ações.

No entanto, embora a manifestação de opiniões dentro das comunidades seja aberta a qualquer um de seus membros, o que se observa constantemente é o domínio da fala por indivíduos ou grupos de indivíduos, que atuam como espécie de lideranças, mobilizando os demais participantes. Do mesmo modo, não é difícil observar participantes com opiniões contrárias à da maioria ser rechaçados pelo grupo, fazendo com que possibilidades de debates mais aprofundados sejam substituídos por manifestações que seguem a um mesmo direcionamento. Também por esses motivos as comunidades tendem a unir usuários com interesses comuns e que compartilham posicionamentos afins.⁵²

Diante desses contrastes, alguns estudos vêm questionando o real papel das comunidades virtuais enquanto espaços capazes de promover participação política. Roballo e Machado (2009), analisando uma comunidade de Ciências Sociais, identificam pouco interesse na sociedade civil em se organizar através do *site* com vistas a mobilizações capazes de extrapolar os ambientes virtuais. Soma-se a isso a quantidade de perfis falsos⁵³ e os recursos de restrição, que acabam por reduzir o potencial do Orkut enquanto rede social.

Apesar de suas limitações e perfil mais social do que político, o Orkut vem sendo uma ferramenta explorada no universo governamental, tanto por instituições quanto por agentes públicos, a exemplo de instâncias do próprio Governo Federal, como será visto no próximo capítulo.

Apesar dos recursos disponíveis em cada uma das mídias sociais, a um baixo custo e facilidade de interação direta entre os usuários, é importante ressaltar que, ao falarmos no aproveitamento desses recursos, estamos sempre falando em potencialidades de uso. Pensar a contribuição democrática desses *sites* requer a observação sobre a forma como os mesmos vêm sendo conduzidos, tendo em vista que cada experiência pode apresentar níveis diferenciados de sofisticação da dialogicidade estabelecida.

⁵⁰ <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=16057999>

⁵¹ <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=2078498>

⁵² As observações partem da própria autora, a partir do acompanhamento a algumas comunidades do Orkut.

⁵³ No Orkut, qualquer pessoa pode criar um perfil falso (*fake*), ou seja, uma página para interagir com outros orkuteiros sem a necessidade de veracidade na sua identificação e sem que os demais usuários conectados percebam tal ação.

Além disso, deve-se reconhecer a necessidade de um maior espaço de tempo para se verificar a efetividade das respostas dadas pela inserção desses novos canais digitais nas interações G2C. Primeiro porque são ferramentas relativamente novas, pensando-as do ponto de vista da pesquisa científica; segundo porque a apropriação da web 2.0 para fins políticos é ainda um processo em estágio prematuro para qualquer análise que pretenda apresentar constatações definitivas; por fim, a própria dinamicidade dessas ferramentas exige um olhar capaz de compreender as constantes mudanças como algo característico das TIC, o que pode refletir, direta ou indiretamente, nas próprias experiências nas quais as mesmas são empregadas, alterando, conseqüentemente, seus resultados.

Postas as ressalvas acima e a fim de colher elementos que venham a contribuir com este debate, o próximo capítulo será dedicado à investigação sobre o uso das mídias sociais pelo Governo Federal brasileiro enquanto contexto específico para se pensar as relações online entre governo e sociedade civil por intermédio das ferramentas de web 2.0.

5. AS MÍDIAS SOCIAIS NO EXECUTIVO FEDERAL: CULTURA, SAÚDE E PRESIDÊNCIA

A inserção das mídias sociais como estratégia de comunicação digital implementada pelo Governo Federal para fins de interação com a sociedade teve início em 19 de fevereiro de 2009, com o lançamento do Twitter do Ministério da Cultura (MinC). Ao se apropriar desses mecanismos como canais oficiais de comunicação, em associação ao trabalho realizado através dos portais governamentais, campanhas publicitárias e demais produtos institucionais, o Executivo Federal amplia as possibilidades de interlocução com a sociedade, numa também possibilidade de contribuição ao fortalecimento do exercício democrático através da internet, pelas vias da participação (MORAIS, 2009).

Este capítulo trará três estudos de caso, através dos quais será feita uma abordagem empírica associada à reflexão teórica apresentada ao longo da dissertação, dividindo-se em seis seções. Primeiramente, na seção *A definição dos casos*, serão contextualizadas as páginas a ser examinadas e justificada a escolha por cada uma delas. Em seguida, nos *Procedimentos metodológicos*, serão apresentadas as etapas através das quais se deu o desenvolvimento da investigação empírica. As três seções que se seguem, *Ministério da Cultura*, *Ministério da Saúde e Presidência*, apresentam os respectivos dados obtidos com a aplicação da matriz de análise em cada página e considerações gerais sobre cada uma das experiências digitais estudadas. Por fim, na seção *Notas comparativas*, são feitos alguns apontamentos na tentativa de extrair elementos, a partir da avaliação dos três casos, que possam vir a contribuir com as questões levantadas ao longo desta pesquisa.

5.1. DEFINIÇÃO DOS CASOS

No mês de junho de 2009 foi realizada uma pesquisa exploratória inicial por meio de buscas na internet a páginas de mídia social dos vinte e três Ministérios do Governo Federal, a fim de verificar a manutenção ou não de ferramentas de web 2.0 por cada um deles, bem

como a efetividade dessas páginas, ou seja, se estavam em atividade. As buscas foram realizadas tendo como ponto de partida o portal do Governo Federal⁵⁴, os portais de cada um dos Ministérios- que geralmente oferecem *links* para seus perfis em mídia social, quando houver- e do sistema de buscas Google, utilizando-se neste último caso como palavras-chave o nome da mídia social (Blog, Twitter, Orkut ou YouTube) associado ao nome do Ministério.

O resultado encontrado foi a existência, naquela ocasião, de apenas seis Ministérios contando com perfil em mídia social⁵⁵. Esse total engloba não só perfis dos próprios Ministérios, como também páginas de mídia social de instituições, autarquias e unidades vinculadas àquelas instâncias do Poder Executivo, a exemplo da Petrobrás, Receita Federal, Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), e Agência Brasil, respectivamente vinculados aos Ministérios de Minas e Energia, Fazenda e Comunicação.

Diante do quadro obtido na fase exploratória, procedeu-se à escolha das páginas a serem investigadas nesta pesquisa, o que buscou atender a alguns critérios previamente estabelecidos, que podem ser sintetizados em: (1) consistência do perfil em termos de quantidade e diversidade de recursos ofertados; (2) tempo de criação da página; (3) periodicidade de atualizações; (4) repercussão entre os cidadãos, por meio da interação nos perfis; (5) temática abordada. Para verificar a existência desses critérios, foram visitadas todas as páginas localizadas, através de cujo procedimento foi possível perceber, de modo preliminar, as características gerais de cada um dos perfis, tais como recursos ofertados, atualizações, participação ou não dos cidadãos, interação entre a equipe administradora e os usuários, dentre outros pontos.

Tendo em vista essas considerações, optou-se por três casos para a composição do quadro de análise desta pesquisa: Ministério da Cultura (MinC), Ministério da Saúde e Presidência da República, cada um por motivações específicas e consoantes com os critérios apresentados acima. O Ministério da Cultura foi inserido por se tratar, como dito anteriormente, da pasta precursora dentro do Executivo Federal a se utilizar das mídias sociais como mecanismo para fortalecer o relacionamento digital com a sociedade. Além disso, o MinC é atualmente também o Ministério com maior número de perfis de mídia social disponíveis na internet, sendo um perfil no Twitter, um no YouTube e onze Blogs, dentre os

⁵⁴ www.brasil.gov.br

⁵⁵ Um quadro-síntese com os resultados do levantamento preliminar está no apêndice deste trabalho.

quais nove em atividade e cada um com uma temática específica relacionada aos diferentes campos de atuação do Ministério⁵⁶.

Já a inclusão do Ministério da Saúde foi motivada por se tratar da pasta que, segundo os critérios de seleção especificados anteriormente, mais efetivamente vem explorando a web 2.0 como meio de interação digital dentro do Governo Federal. A Saúde conta atualmente com um perfil no Twitter, um no YouTube e um no Orkut.

Por fim, a inclusão das páginas de mídias sociais utilizadas pela Presidência se deve à relevância de se verificar tal iniciativa, tendo em vista, estarem sendo as mesmas empregadas enquanto canais de comunicação com potencial para interligar a sociedade ao presidente da República. A Presidência utiliza atualmente perfil no Twitter e um Blog.

Definidos os casos, foi preciso delimitar também as mídias a ser analisadas dentro de cada uma das três instâncias do Executivo Federal selecionadas. Dentre as quatro opções possíveis- Blog, Twitter, Youtube e Orkut- optou-se por investigar em cada caso a página que oferecesse maior riqueza de material para a análise, o que incluiu diversidade de recursos ofertados, quantidade de *posts* e periodicidade de atualizações e, sobretudo, mecanismos ofertados para estímulo à participação ou a inexistência deles. Do mesmo modo, essa decisão partiu de navegação exploratória preliminar.

Observadas as páginas, decidiu-se que as páginas a ser examinadas seriam o Blog Lei Rouanet, do Ministério da Cultura; perfil no Orkut, do Ministério da Saúde; e Blog do Planalto, da Presidência da República. A pesquisa priorizou, portanto, as mídias sociais Blog e Orkut em detrimento do Twitter e YouTube o que, no entanto, acreditamos não ter alterado substancialmente os achados encontrados na investigação empírica.

Isso porque, no caso do Twitter, observou-se um uso pouco dinâmico nos três casos, tanto por parte do Governo, na publicação de *posts*, quanto por parte dos cidadãos, enquanto “seguidores” dos perfis. Além disso, a pesquisa exploratória permitiu detectar que os conteúdos publicados nos perfis do Twitter eram os mesmos publicados nas demais mídias sociais dos respectivos Ministérios, servindo a ferramenta, inclusive, como canal de entrada para outras mídias governamentais, em maior grau os Blogs e os próprios portais, por meio de *links* com direcionamento a essas páginas.

Do mesmo modo, no caso do YouTube a análise se procederia exclusivamente pela avaliação dos vídeos postados e comentários publicados pelos cidadãos e que, conforme constatado, referiam-se em grande proporção aos vídeos em si, sem maiores manifestações

⁵⁶ A listagem com todos os Blogs do Ministério da Cultura, bem como *links* para as páginas, está disponível no site www.minc.gov.br e também no endereço www.blogs.cultura.gov.br

sobre a atuação do Ministério ou questões mais amplas relacionadas à saúde pública, diferentemente do que poderia acontecer no Orkut, com maiores possibilidades e diversidade de recursos a serem explorados.

Assim, acreditamos que o exame detalhado dos três casos mencionados fosse capaz de oferecer elementos significativos do total das experiências implementadas pelos Ministérios estudados e pela Presidência, servindo também como ponto de partida para a reflexão sobre a experiência da aplicação das mídias sociais como mecanismos complementares de e-gov pela administração pública federal.

5.2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir aos objetivos propostos, a realização dos estudos de casos se deu por meio de dois procedimentos principais. O primeiro deles, considerado a base deste estudo empírico, foi a *navegação orientada*, que consiste na investigação de cada uma das páginas a partir de parâmetros anteriormente estabelecidos pelo pesquisador, geralmente construídos a partir de navegações preliminares. Para cada uma das mídias foi criada uma matriz de análise, construída por com base em estudos anteriores e em navegações nos próprios perfis a ser analisados, o que funcionou como uma espécie de calibragem.

O segundo procedimento, complementar, consistiu na realização de *testes de feedback*, a fim de verificar a efetividade das ferramentas interativas, avaliando, por exemplo, o tempo médio de resposta do governo a uma mensagem postada por um internauta. Para isso foram criados perfis de usuários inexistentes (*fakes*) exclusivamente para fins de interação com as páginas do Executivo aqui estudadas, através do envio de mensagens aos perfis de mídia social das três instâncias investigadas. Tentou-se ainda um terceiro procedimento, a aplicação de *entrevistas* aos administradores das páginas, o que poderia fornecer dados que viessem a responder a questionamentos e dúvidas decorrentes da própria navegação, bem como ter acesso, de modo mais direto, ao ponto de vista do governo sobre a atuação das mídias sociais como mecanismos de interlocução com a sociedade.

Os contatos dos profissionais responsáveis pela alimentação de cada uma das três páginas estudadas foram fornecidos pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) e as entrevistas foram enviadas por *e-mail* aos três nomes indicados.

Os Ministérios da Cultura e a Presidência da República não deram retorno à solicitação, tendo sido enviados três *e-mails* para cada um. Já a profissional responsável pelo

Ministério da Saúde respondeu ao primeiro *e-mail* indicando a possibilidade de responder às questões enviadas, além de ter concedido, em momentos anteriores, retorno à solicitação de informações relacionadas à administração do perfil no Orkut, sempre através de contato por *e-mail*. No entanto, não se obteve retorno às questões que compunham a entrevista em tempo hábil para inclusão neste trabalho.

As matrizes de análise para navegação orientada foram construídas a partir de modelos desenvolvidos por estudos sobre investigação de portais governamentais (LEMOS; MEIRELLES; MORAES, 2007; PINHO, 2008) somados a análises de páginas de mídia social (PENTEADO; SANTOS; ARAÚJO, 2009). Convém alertar a dificuldade em se encontrar na literatura um modelo considerado o mais completo para análise de mídias sociais, tendo em vista tratar-se de um campo de pesquisa relativamente recente, com mudanças constantes e aceleradas. Faz-se a ressalva ainda que, para cada tipo de mídia social analisada, foi criada uma matriz de análise específica tendo em vista as particularidades- em termos de finalidades e recursos oferecidos- de cada uma dessas ferramentas. As duas matrizes desenvolvidas estão expostas abaixo:

Quadro 4: Matriz de análise de conteúdo- Orkut

MATRIZ DE ANÁLISE- ORKUT			
FERRAMENTA	UNIDADE	ESPECIFICAÇÃO	COMENTÁRIO
NATUREZA DOS RECADOS			
Dúvidas/ Perguntas			
Reclamação/crítica/comentário negativo		a)contra agente do governo b)contra agente externo c) quanto à notícia relacionada à área do Ministério	
Denúncia		a)contra agente do governo b)contra agente externo	- Instituições/indivíduos
Informação sobre o Ministério			Informações institucionais, não diretamente ligadas ao tema central da página
Informação/divulgação/ convite de ação relacionada à saúde pública		a)para participação em comunidade no Orkut b) para apoio a iniciativa de grupos/entidades relacionados à saúde pública	
Comentário positivo/ Depoimento		a)sobre experiência pessoal b) sobre a própria atuação do Ministério no que diz respeito ao tema tratado na página	
Comentário/resposta a recado de			

outro usuário			
Comentário/resposta a recado postado pelo Ministério em outro perfil			
Resposta/comentário do próprio ministério			Ex: dúvida comum a um grupo de usuários
Comentário/informação não relacionado à saúde pública			Ex: poema, música, Propaganda, etc.
FOTOS POSTADAS			
Campanha publicitária do Ministério			
Campanha/evento envolvendo a sociedade			
Ministro/equipe em evento ou solenidade			
VÍDEOS POSTADOS			
Campanha publicitária do Ministério			
Vídeo jornalístico			Entrevista com o ministro ou equipe, matéria veiculada, etc.
Pronunciamento do ministro			
Vídeo enviado por usuário			
Vídeo produzido por outro organismo ligado à saúde pública			Ex: ONU, centros de referência, instituições privadas de saúde, etc.

Elaborada pela autora

Quadro 5: Matriz de análise- Blog

MATRIZ DE ANÁLISE- BLOG				
RECURSO	SIM	NÃO	ESPECIFICAÇÃO	COMENTÁRIO
POSTS				
1) O blog publica post diariamente?			a) Uma vez ao dia? b) Entre 2 e 5 vezes ao dia? c) Mais de 5 vezes ao dia?	Variação na média de posts diários?
2) Contém link de direcionamento para outra página (jornais, blogs, sites do governo, etc?)			a) Para outro texto? b) Para vídeo? c) Para áudio?	Que tipo de texto (jornal, site do governo?; vídeo (matéria, publicidade? etc.)
3) Contém link interno?			a) Para outro texto? b) Para vídeos? c) Para áudio?	
4) Há espaço para “convidados”, com posts de pessoas que não fazem parte da equipe da página?				
Utiliza vídeo?			a) Campanha publicitária do governo b) Vídeo jornalístico (entrevista, matéria com membro do governo, etc.) c) Pronunciamento	-Duração média dos vídeos; - São usados de modo complementar ao texto, ou

			d) Produção externa (usuário, outras entidades, etc.)-	funcionam como elemento central do post?
Utiliza áudio?			a) Campanha publicitária do governo b) Vídeo jornalístico (entrevista, matéria com membro do governo, etc.)- X c) Pronunciamento d) Produção externa (usuário, outras entidades, etc.)	-Tempo médio de duração; - São usados de modo complementar ao texto, ou funcionam como elemento central do post?
Utiliza infográficos?				
Utiliza outros recursos de linguagem? (ex: charge)?				
NATUREZA DOS POSTS				
Interno (texto produzido pela equipe do blog)			a) discussão sobre o tema b) pronunciamento c) ações do Ministério/Presidência d) relacionamento com a imprensa e) agenda ministerial/presidencial f) Ministros g) depoimentos de personalidades	- Release ou texto produzido especificamente para a página?
Externo (provém de fontes externas, como sites de imprensa ou outras páginas)			a) artigo/ opinião publicado em mídia externa b) matéria assinada	
Opinativo				
Avaliação crítica (reflexão argumentativa)				
CANAIS DE PARTICIPAÇÃO				
Disponibiliza e-mail de contato?				
Disponibiliza ações relacionadas às atividades diárias do Ministério/Presidência?				
Disponibiliza agenda de atividades?				
Permite que sejam feitos comentários aos posts?				
Oferece feedback ao comentário, através de esclarecimento, quando necessário?			a) Com outro post sobre o assunto b) Com resposta direta ao usuário	
Permite download de arquivos?			a) Vídeo b) Áudio c) documento oficial d) arquivo com os posts publicados	
NATUREZA DOS COMENTÁRIOS (QUANDO HOVER)				
Opinativo			a) Em apoio ao governo b) Em oposição ao	

			governo	
Avaliação crítica				
Dúvida, pergunta, reivindicação				
Relacionado a post de outro usuário			a) Em reforço b) Em contestação	
Dispersivo (quando não se refere a assunto tratado nos <i>posts</i>)				

Fonte: Elaborada pela autora.

Como demonstrado nos quadros acima, a investigação se concentrou na análise dos conteúdos publicados nas três páginas, considerando texto, áudio e imagem, por entendermos que a configuração de um *site* de mídia social atende a padrões gerais, não sendo possíveis diferenciações expressivas entre um perfil e outro de usuário. A criação de um perfil no Orkut, por exemplo, se dá a partir de uma base, que delimita, já no momento de criação da conta, os recursos aos quais um usuário pode ou não explorar dentro daquele perfil.

No caso dos Blogs, mais especificamente, é possível verificar maior ou menor liberdade na escolha dos recursos, pelos administradores, a serem disponibilizados ao internauta que acessa a página. Como exemplo, níveis diferenciados de interação podem ser observados entre um Blog e outro a partir das ferramentas de participação ofertadas ao internauta. Na análise dos Blogs, portanto, esta pesquisa considerou critérios relacionados à configuração estrutural da página.

Com a navegação orientada, buscou-se obter dados qualitativos e quantitativos- embora, saliente-se, trata-se de uma pesquisa qualitativa- sobre as mídias sociais estudadas. A quantificação se deu através da especificação dos critérios que compõem a matriz e se constituem enquanto guias para a verificação das páginas. A qualificação, por sua vez, consistiu no enquadramento de cada um desses critérios em categorias específicas, a fim de facilitar a reflexão sobre os dados obtidos na navegação em consonância com o referencial teórico que sustenta a pesquisa.

Quanto ao período de análise, houve algumas variações, o que se baseou no período de tempo necessário para se obter uma quantidade de dados que refletisse o conjunto das informações postadas em cada página. Assim, para a análise da página do Ministério da Cultura, a coleta de dados tomou como base os conteúdos postados entre os meses de janeiro e maio de 2010, a partir da observação da média de postagens mensal, bem como do teor desses conteúdos ao longo dos meses. O fato de a mídia abordar uma temática específica dentro do conjunto de temas ligados à Cultura permitiu uma maior aproximação à dinâmica de interações a cada mês, tendo sido observado, a partir disso, um teor similar de conteúdos postados. No entanto, por se tratar de um tema polêmico, com desdobramentos e com margem

para ampliação do debate, por conta de possibilidade de participação direta, dos cidadãos, optou-se por analisar um período capaz de expressar o delineamento do debate estabelecido dentro da página, tendo sido entendido o período de cinco meses como satisfatório para a obtenção desses dados. A observação inicial contemplou tanto os *posts* do Ministério quanto os comentários publicados pelos cidadãos.

Com a página do Ministério da Saúde, sentiu-se necessidade de se verificar os conteúdos referentes a um período mais longo, optando-se, diante disso, por capturar todo o conteúdo postado na página entre os meses de maio de 2009 e maio de 2010. Essa necessidade, diferentemente do que aconteceu com o Ministério da Cultura, deveu-se à dificuldade em se observar certa padronização em termos de assuntos abordados em cada mês, o que poderia comprometer os resultados, caso fosse selecionado um período mais curto.

Já no caso da Presidência da República foi verificada uma relativa compatibilidade entre os conteúdos postados mês a mês, no que se refere ao teor das mensagens e à quantidade média de atualizações na página. Além disso, por ser uma ferramenta onde não é possível a publicação de mensagens dos cidadãos, todo o conteúdo analisado partiu exclusivamente do próprio Governo, o que permitiu com maior facilidade a verificação de uma espécie de padrão na alimentação da página. Sendo assim, a partir das postagens observadas entre os meses em que a mídia se encontra no ar e pela periodicidade de atualizações observada, entendeu-se que a investigação dos conteúdos publicados no período de um mês seria capaz de fornecer os dados necessários ao alcance dos objetivos estabelecidos por esta pesquisa. A navegação orientada na página da Presidência se deu no mês de janeiro de 2010.

Vale salientar que, nos três casos, não houve dificuldade de acesso às informações buscadas, uma vez que foi feito um arquivamento diário das atualizações postadas, por meio de cadastro nas páginas estudadas para recebimento, via e-mail desse material. Além disso, as próprias mídias armazenam todo o conteúdo postado desde o seu início de atividade, permitindo consulta, a qualquer tempo, dos dados necessários a essa investigação.

Já os testes de *feedback* foram realizados após a aplicação das matrizes e consistiram na interação com o Executivo Federal através dos perfis investigados. As interações se deram por meio do envio de perguntas, comentários e solicitações de informações referentes ao governo, sempre tratando de assuntos abordados em cada uma das mídias, e considerando o setor do Executivo ao qual as mesmas se relacionam, quais sejam, Cultura, Saúde e Presidência, a fim de constatar a efetivação ou não de retorno por parte do Governo, bem como o período de tempo para que tal ação fosse processada.

No total, foram investigados três perfis de mídia social, sendo uma do Ministério da Cultura- Blog Lei Rouanet; uma do Ministério da Saúde- perfil no Orkut; e uma da Presidência da República- Blog do Planalto. As características de cada uma das páginas, bem como os resultados encontrados a partir da aplicação da matriz de análise, são descritos a seguir.

5.3. MINISTÉRIO DA CULTURA- BLOG LEI ROUANET

Setor do Poder Executivo Federal a inaugurar o uso das mídias sociais como mecanismos de aproximação com a sociedade, o Ministério da Cultura (MinC) é também o órgão dentro da estrutura governamental com maior quantidade de perfis na web 2.0. Além do Twitter e do YouTube, são onze Blogs, dentre os quais nove estão em atividade, como exposto anteriormente. Alguns desses perfis foram criados para finalidades específicas e pontuais, tendo caráter mais factual e de armazenamento de conteúdos, a exemplo do Blog “Conferência Nacional de Cultura”, criado especificamente para discutir ações em torno daquele evento, embora apresente ainda desdobramentos. Outros Blogs do MinC contêm perfil mais atemporal, o que não impede a periodicidade na atualização dos *posts* com informações novas sobre o assunto tratado na página, a exemplo do Blog “Sistema Nacional de Cultura”.

Com base em pesquisa exploratória preliminar, verificou-se que, de modo geral, os Blogs do MinC oferecem recursos similares, embora sejam alimentadas por equipes específicas. Para os fins desta pesquisa, aplicamos a matriz de análise ao Blog Lei Rouanet⁵⁷, por se tratar de umas das páginas de mídia social do MinC com maior diversidade no uso de recursos para transmissão e recepção de conteúdos. Também contribuíram para a escolha a polêmica do assunto abordado, o que poderia fornecer maior riqueza nos conteúdos a ser capturados, e o maior índice de postagens e comentários, em relação aos demais Blogs da Cultura. A análise englobou as atualizações realizadas entre os meses de janeiro e maio de 2010. Os resultados serão apresentados a seguir:

a) Quanto à estrutura da página:

A página inicial do Blog Lei Rouanet oferece, em sua parte superior, uma barra de navegação horizontal com cinco opções: “Home”, com link para a página principal; “sobre”,

⁵⁷ <http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/>

onde são expostos os objetivos da página; “Projeto de lei”, que apresenta a íntegra do projeto de lei em substituição à Lei Rouanet; “vídeos”, com links para todos os vídeos postados no blog; e “publicações”, com documentos e arquivos sobre a proposta de reforma da Lei. Ainda na parte superior, o internauta tem acesso ao ícone “Acesse nosso RSS”, que dá acesso permanente às atualizações do perfil.

Em seguida, a distribuição dos elementos é composta pelo campo “Destaques”, à esquerda e centro da tela, onde são postadas as atualizações seguidas de *links* para os respectivos comentários, quando houver. Esses *posts*, que são os elementos centrais da página, são publicados em texto e acompanhados de recursos em fotos, áudio, vídeo, *link* para documentos oficiais na íntegra ou para conteúdos publicados em outras páginas na internet.

Do lado direito da tela, há os campos “Vídeos”, com depoimentos de artistas e autoridades sobre o assunto discutido na página; “Mais comentados”, que apresenta os *posts* de maior repercussão, em ordem decrescente; e “Comentários”, onde são destacados alguns depoimentos de usuários sobre *post* publicado. Em geral, os comentários em destaque contêm teor de apoio ao Ministério.

Ainda à direita da página, o conteúdo é distribuído pelos campos “Temas”, com pastas divididas entre as categorias Notícias, Vídeos e Documentos, o que pode facilitar a busca pelas informações ali publicadas. Abaixo desse item, está o campo “Links”, que remete a pontos relacionados à Lei Rouanet, apresentando informações mais aprofundadas sobre o tema do Blog. São eles: Glossário, com *link* para o espaço no portal do MinC com a conceituação de termos da Legislação de Incentivo à Cultura; Legislação específica, com possibilidade de *download* de atos legais relacionados direta ou indiretamente ao Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac); Lei Rouanet- apoio a projetos, que apresenta informações sobre seleções de projetos, incentivos fiscais, portarias, dentre outras informações relacionadas; Lei Rouanet- dados estatísticos e Mecanismos de apoio. Abaixo, a visualização da página inicial do Blog:



Figura 6: Reprodução da página inicial do Blog Lei Rouanet

Em todos os casos verificados durante o período de análise, não foram identificados problemas técnicos que impedissem acesso aos dados. De modo geral, todos os campos citados anteriormente remetem ao portal do MinC, o que dá evidências de que o Blog, tal como ocorre com os demais Blogs do Ministério, funcionam como uma porta de entrada para o *website* central, oferecendo, no entanto, maior espaço para que os cidadãos possam se manifestar. A página apresenta um *layout* simples, com fundo branco e conteúdos em azul e preto.

b) Quanto à natureza dos *posts*:

Durante o período em que se deu a análise não foi verificada atualização diária no Blog Lei Rouanet, tendo sido contabilizados entre janeiro e maio de 2010 um total de 67 *posts*. Sobre a média de atualizações distribuída por esse período, tem-se o total de 16 *posts* em janeiro, 11 em fevereiro, 13 em março, 19 em abril e 27 no mês de maio. Deve-se fazer a ressalva de que a não atualização diária do perfil é justificável, uma vez que o tema central abordado pelo mesmo não demanda a publicação permanente de conteúdos pelo Governo, sendo tal fato motivado muito mais por novas atualizações nas discussões sobre a Lei, o que independe de uma periodicidade definida.

Quanto ao conteúdo das mensagens postadas, através da aplicação da matriz de análise construída foram identificadas seis categorias principais de *posts*, sendo eles:

Internos: *Posts* produzidos pela equipe do MinC. Divididos entre:

- (1) “Discussão sobre o tema”- *Posts* referentes à cobertura de eventos e debates tendo a Lei Rouanet como foco central. Inclui abordagem sobre iniciativas do governo, do Legislativo e de ações de grupos ligados ao setor de Cultura;
- (2) “Pronunciamentos”- *Posts* que, embora apresentem informações sobre ações relacionadas à discussão da Lei, estão mais centradas na participação de autoridades do Governo, por meio de pronunciamentos e argumentação defendida em evento, por exemplo. As autoridades consideradas aqui são membros do Governo, o ministro da Cultura e o presidente da República;
- (3) “Ações do Ministério”- Conteúdos diretamente relacionados a uma iniciativa do Ministério da Cultura, sempre tendo a Lei Rouanet como pano de fundo;
- (4) “Relacionamento com a imprensa”- *Posts* motivados por notícia publicada em algum veículo de imprensa em rádio, tv, internet ou jornal impresso. Geralmente eles vêm prestar algum esclarecimento, em contraposição à notícia externa publicada. Nestes casos, o Blog sempre disponibiliza o *link* para a matéria à qual o *post* se refere.

Externos: *Posts* com conteúdos produzidos por agentes externos ao Governo e publicados na página por trazer informação considerada pelos administradores como relevante sobre a Lei Rouanet. Dividem-se nas categorias:

- (5) “Artigo assinado”- *Posts* com artigos de estudiosos de áreas relacionadas à Cultura, artistas, produtores culturais, editoriais de veículos de imprensa, cartas do leitor publicadas em jornais e revistas nacionais foram as modalidades identificadas dentro da página;
- (6) “Matéria publicada em mídia externa”- *Posts* que reproduzem conteúdos produzidos e divulgados por jornais, revistas, e emissoras de tv e rádio. Em alguns casos, o Blog apresenta um posicionamento do MinC como recurso complementar à matéria, seja para confirmar ou confrontar a informação publicada, embora na grande maioria dos casos verificados, os *posts* externos publicados apresentem conteúdo em apoio ao Governo.

A partir da navegação orientada, foi verificado um equilíbrio entre o que chamamos de *posts* internos e externos, com respectivamente 44 e 41 atualizações. Dentre os *posts* internos, a maior incidência foi para a categoria “Discussão sobre o tema”, com 34% do total de ocorrências. Nesta categoria se enquadram conteúdos sobre a proposta de reforma da Lei,

detalhes sobre o projeto, audiências públicas, discussões em Comissões Técnicas do Legislativo, atividades promovidas por setores ligados à Cultura, dentre outros. Um exemplo segue abaixo:

Próximas reuniões públicas

Continuando a série de discussões para aperfeiçoar o **Projeto de Lei nº 6.722/2010**, que cria o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura), acontece nesta sexta-feira (14) mais uma reunião pública, dessa vez na cidade de Belém, às 9h, no Teatro Estação Gasômetro do Parque da Residência (Av. Magalhães Barata, nº 830 – Bairro São Brás). Na terça-feira (18), o debate será em Belo Horizonte, às 9h, no Teatro da Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais (Rua Rodrigues Caldas, nº 30 – Bairro Santo Agostinho).

Em seguida, dentro das categorias internas, está “Pronunciamentos”, verificado em 13% dos casos investigados. São *posts* que enfatizam a participação ou depoimento de membros do Governo, inclusive o presidente e o ministro da Cultura, em eventos ou atividades que tratem da Lei Rouanet. Em alguns casos são manifestações próprias para publicação, a partir de uma entrevista, por exemplo, sem, necessariamente terem sido concedidas em alguma atividade específica sobre a discussão da Lei. Na maior parte dos casos, esses *posts* vêm acompanhados de recursos em áudio ou vídeo, para que o internauta tenha acesso diretamente à fala da autoridade:

“Cultura é gênero de primeira necessidade”, diz Lula na reinauguração do Municipal

Nessa quinta-feira (27), na solenidade de reinauguração do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, o presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva, destacou a importância da implementação de políticas públicas para a Cultura, como a reformulação da Lei Rouanet: “A reforma da Lei Rouanet estenderá os benefícios da Lei às ações que têm valor artístico e cultural, mas que, às vezes, não dão retorno de marketing. Além disso, a definição de novos critérios imprimirá maior transparência à aplicação dos investimentos”.

Ouçá trecho do discurso:

As categorias internas com menor incidência são “Ações do Ministério”, que aparecem com 4% do total de *posts* publicados na página, e “Relacionamento com a mídia”, com 1%. Neste segundo caso, a manifestação do Blog se dá em resposta a informação publicada em algum veículo de imprensa e que apresente posicionamento considerado contrário ao Governo. O Blog, então, publica um *post* com a finalidade de esclarecer o assunto abordado pela mídia externa, apresentando o ponto de vista do Governo sobre a questão e sempre apresentando o título da matéria publicada, com *link* para a sua íntegra, como demonstra o exemplo a seguir:

NOVA ROUANET: 5 ANOS OU PRAZO INDETERMINADO?

MínC esclarece: Como afirmou o ministro da Cultura interino, o entendimento jurídico é que o mecanismo de renúncia fiscal é o mesmo da Lei Rouanet, anterior à

LDO. A consultora jurídica do MinC, Maria Beatriz Salles, reitera o argumento. “Antes da consulta, havia um entendimento inicial de que a proposta de reforma da Rouanet tratava de novos mecanismos de renúncia, mas isso foi alterado no projeto de lei após a discussão pública. O projeto que foi enviado ao Congresso reflete a compreensão de que houve um aperfeiçoamento do incentivo fiscal, criado em 1991, o que precede a LDO”.

O *post* acima traz um esclarecimento do MinC referente a matéria publicada em um jornal de circulação nacional e cujo título, exposto acima, oferece *link* direto para a página do jornal. Este é um recurso que contribui para a contextualização do internauta, podendo fornecer elementos que contribuam para a sua inserção no debate dentro da página.

Já nos *posts* externos, a categoria que mais apareceu na análise, e também na proporção geral, foi “Matéria publicada em mídia externa”, com 37% do total das atualizações na página. Semelhante ao que acontece na categoria interna “Discussão sobre o tema”, são matérias abordando detalhes sobre o projeto de reformada Lei, perspectiva da classe artística, discussão no Legislativo, dentre outros pontos, repercussão da proposta, dentre outros pontos, a exemplo dos fragmentos reproduzidos abaixo:

Pra inglês não entender

Folha de S. Paulo- SP Ana Paula Sousa, em 24/03/2010

Chefão da Cultura do Reino Unido espanta-se com o excesso de leis de incentivo fiscal no Brasil e a separação entre ministérios.

(...) As duas características brasileiras que não se encaixaram em seu pensamento ordenado fora, primeiro, a própria existência de um Ministério da Cultura e, depois, a lógica das leis de incentivo, que transferem para mãos privadas o poder de decisão sobre o destino do dinheiro de imposto [...]. Leia **aqui** matéria na íntegra

Uma lei que é mais que um dedo na ferida

Cultura e mercado, por Guilherme Varella, em 17/03/2010

Finalmente o projeto que substitui a Lei Rouanet (Lei 8.313/91), a lei federal de incentivo à cultura, chegou ao Congresso. Pelas mãos do Ministério da Cultura, o Projeto de Lei (PL) 6.722/2010, que institui o Procultura, está na Casa desde o dia 19 de janeiro, depois de passar por consulta pública e por um quente debate, que teve faíscas, ranger de dentes e muito dedo na ferida. **Leia mais.**

Ainda entre os conteúdos de origem externa, “artigos assinados” aparece com 11% das ocorrências do total de 67 *posts* publicados entre janeiro e maio de 2010. Alguns exemplos são:

Os rumos da Lei Rouanet

Texto de Carlos Henrique Machado para Blog de Luis Nassif [...]. **Leia aqui**

Leis de incentivo cultural

Artigo traz uma reflexão sobre o papel do mecanismo à luz da proposta da nova Lei da Cultura

Nem tanto ao céu, nem tanto à terra: limites e possibilidades da lei de incentivo fiscal à cultura é o título de artigo do antropólogo **Marcelo Gruman**, chefe da

Divisão de Dados, do Centro de Programas Integrados da Fundação Nacional de Artes (Funarte).

Gruman apresenta gráficos comparativos e conclui que a “utilização deste mecanismo não conseguiu democratizar a contento o acesso à produção e à fruição cultural por parte da população brasileira, fato este que resultou na proposta de reformulação da chamada Lei Rouanet, a partir de amplo debate entre o Ministério da Cultura e a sociedade civil”. **Leia mais**

Artistas famosos e a o incentivo fiscal

“A lei tem que ser igual perante todos- e a Lei Rouanet não pode julgar méritos. Portanto, projetos de cantores famosos também têm que ser aprovados pelo governo”

Por Antoine Kolokathis

Não é novidade ter polêmicas sobre o uso da Lei Rouanet por artistas famosos que, em tese, têm público garantido e não precisariam de incentivo fiscal para produzir seus projetos [...]. **Leia mais**

Pelos fragmentos acima, assim como os demais casos de “artigos assinados”, há um predomínio de posicionamento de profissionais e pesquisadores da área de Cultura, alguns deles ocupantes de cargos em órgãos vinculados ao Ministério da Cultura, a exemplo do chefe da Divisão de Dados da Funarte, Marcelo Gruman. Também é considerável a participação de artigos de produtores culturais não ocupantes de cargo no governo, mas que demonstram posicionamento em apoio ao MinC, a exemplo Antoine Kolokathis, renomado produtor cultural, com experiência em promoção de projetos artísticos decorrentes de aprovação em lei de incentivo à cultura.

O gráfico abaixo traz a média proporcional geral dos *posts* publicados no Blog Lei Rouanet entre janeiro e maio de 2010, divididos entre as seis categorias verificadas:

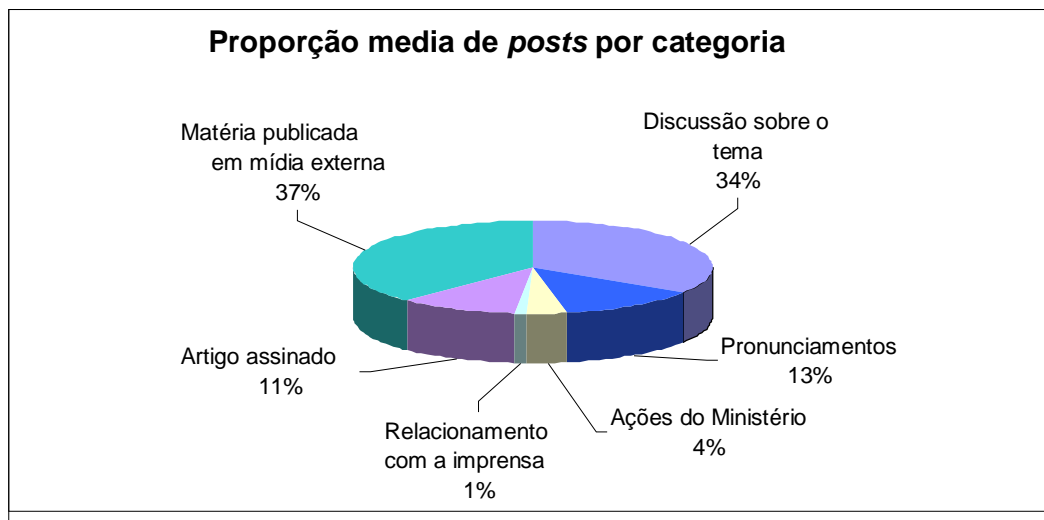


Gráfico 7: Natureza dos *posts* publicados no Blog Lei Rouanet

Pelos dados apresentados acima parece haver certo equilíbrio entre *posts* internos e externos, condizente com a postura da equipe administradora do Blog Lei Rouanet, citada anteriormente, sobre a idéia de oferecer o espaço para a difusão de posicionamentos externos ao Governo. No caso dos *posts* internos, todos são assinados por um membro da equipe de Comunicação do MinC, fazendo com que, em alguns casos, os comentários sejam endereçados diretamente a esses profissionais, que costumam responder, interagindo também com os cidadãos. Já nos casos externos, o que se observa é a divulgação de conteúdos que venha a fortalecer o direcionamento político do Governo Federal, por meio da exposição de reconhecidas autoridades na área de Cultura.

c) Quanto aos canais de participação:

Tomando-se como parâmetro as considerações apresentadas no capítulo anterior sobre as características que definem um Blog, pode-se afirmar que o Blog Lei Rouanet oferece ferramentas de participação em grau considerável. Essa intenção, aliás, é descrita pelos administrados como o principal papel da página, o que pode ser consultado no campo “Sobre”, na barra de navegação horizontal, na parte superior:

Neste blog, serão colocados documentos, dados e propostas de alteração elaborados pelo Ministério, por especialistas e entidades da sociedade civil. Também serão divulgados os documentos já elaborados nos Fóruns de Discussão Nordeste e Norte. Mas seu principal papel é ouvir seus comentários, críticas e sugestões (<http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/about/>).

Conforme verificado a partir da navegação orientada, a página disponibiliza recursos simples, como contatos de *e-mail* e telefone dos setores e autoridades do Ministério da Cultura, além de uma atualização frequente de todas as ações do MinC relacionadas à Lei Rouanet, o que funciona com uma publicação de agenda sobre o tema.

Outro ponto importante é a possibilidade de fazer *download* de documentos oficiais relacionados às discussões em torno da Lei. No Blog podem ser encontrados acordos, projetos de lei, leis, atas e demais comunicações relacionadas ao tema central da página, às quais o internauta pode ter acesso sem grandes dificuldades. Esta é uma forma de ampliar o acesso às informações necessárias para que os cidadãos se interessem sobre as questões discutidas naquele espaço, servindo, portanto, como uma ferramenta para estimular o próprio debate.

Explorando melhor o potencial participativo do Blog, merece ser destacada a possibilidade de o internauta emitir comentário sobre os *posts* e os mesmos serem publicados automaticamente, sem nenhuma filtragem prévia por parte da administração, o que imputa

maior credibilidade à iniciativa. Associado a isso, constrói-se na própria página o mecanismo da interação e de debate das questões por meio dos próprios comentários.

Assim, é comum se verificar o próprio autor do *post* do Ministério oferecer *feedback* ao comentário do internauta, por meio de resposta a um questionamento, dúvida ou crítica, por exemplo. Nestes casos, há sempre o destaque para a identificação, grafada como “Resposta do Blog” ou “Resposta do MinC”, conforme os exemplos abaixo:

Por que não teremos audiência no Rio?

Resposta do MinC: Sandra, haverá debate no Rio de Janeiro, [veja no blog](#)

Imagino que este site é do governo, e não do Partido dos Trabalhadores. Vocês deveriam se envergonhar de fazer politicagem num site oficial. Lastimável!

Resposta do MinC: Plácido, o texto citado é uma reportagem da *Caros Amigos*. Como várias outras reportagens que tratam do tema, ela é reproduzida aqui neste blog, cujo objetivo é mostrar diferentes opiniões sobre o mesmo tema.

Como ocorre no primeiro fragmento acima, a maior parte das respostas do MinC encontrada durante o período em que se deu a investigação contém *links* para direcionar a conteúdos específicos, como uma forma de justificar ou confirmar o que o comentário diz. No exemplo acima, o *link* remete a um *post* publicado anteriormente onde são descritos os calendários de audiências públicas pelo país, a fim de esclarecer a uma pergunta de usuário exposta por meio de comentário.

Já o segundo exemplo retrata a insatisfação de um participante em relação a conteúdo externo postado no Blog, a cujo comentário o MinC se pronuncia em seguida, afirmando que não se trata de texto originário do Ministério, mas de mídia externa, numa tentativa de afirmar a não utilização do espaço para propaganda política do Governo, embora seja algo questionável, uma vez que, como visto anteriormente, as matérias externas publicadas no Blog tendem a favorecer a imagem do governo.

Em algumas situações mais específicas, é possível observar maior impacto na participação dos cidadãos, através dos comentários, por exemplo, reivindicando alteração na redação de algum conteúdo postado ou cobrando maiores esclarecimentos sobre um assunto abordado. O exemplo abaixo reproduz um caso em que um comentário de usuário a um *post* publicado provocou a alteração da redação desse mesmo *post* pela equipe administradora da página, atendendo a uma reivindicação do internauta:

Pessoal, e o NÃO? Não se reproduz parte da matéria da Folha. O que é isso? Coloca lá a opinião contrária. São duas pessoas conceituadas do setor cultural ODILON WAGNER e o BRANT. Não fica bem para o MINC esta postura.

Resposta do blog: Rômulo, os dois textos – o favorável e o contrário – foram publicados, mas estavam no link *Leia mais...* Realmente o post não estava claro, dava a entender que se tratava de um único texto. Post alterado. Obrigado pela mensagem.

QUE BOM

A sequência de comentários acima exemplifica um caso, dentro do Blog Lei Rouanet, que entendemos ser de construção coletiva, uma vez que os cidadãos têm espaço para opinar, cobrar, propor alterações, promovendo, em algumas situações, mudança de postura do Ministério, como ficou claro acima. O atendimento a uma reivindicação do usuário parece estimular que o mesmo continue participando, acompanhando as atualizações da página. No caso acima, o usuário, ao ver a resposta do Blog, acatando a alteração cobrada por ele, postou nova mensagem, em sinal de satisfação ao respeito por sua opinião. Outros casos semelhantes a este foram verificados durante o período de análise.

Especificamente sobre a natureza dos comentários postados no Blog, segundo a matriz de análise desenvolvida para esta pesquisa, foi feita uma categorização em cinco eixos principais:

- (1) *Opinativo*: Posicionamento- em (a) apoio ou em (b) oposição- ao assunto do post ao qual se refere o comentário;
- (2) *Análise crítica*: Comentários que partem do tema do post para assumir proporções mais amplas ao se pensar políticas para a cultura;
- (3) *Pergunta, dúvida ou reivindicação*: Endereçadas ao próprio MinC e motivadas a partir de conteúdo exposto no *post* ao qual o comentário se refere;
- (4) *Referente a comentário de outro usuário*: quando o comentário surge como resposta ou complementação a comentário postado anteriormente. Foram consideradas duas possibilidades, a de (a) reforço e de (b) contestação a conteúdo de comentário anterior;
- (5) *Dispersivo*: quando não trata de assunto diretamente relacionado ao *post*

Durante o período entre janeiro e maio de 2010, fase em que se deu a investigação da página, foi identificado um total de 69 comentários postados. Após aplicada a matriz de análise e tendo em vista as possibilidades apresentadas acima, verificou-se a seguinte distribuição percentual entre as categorias de comentários:

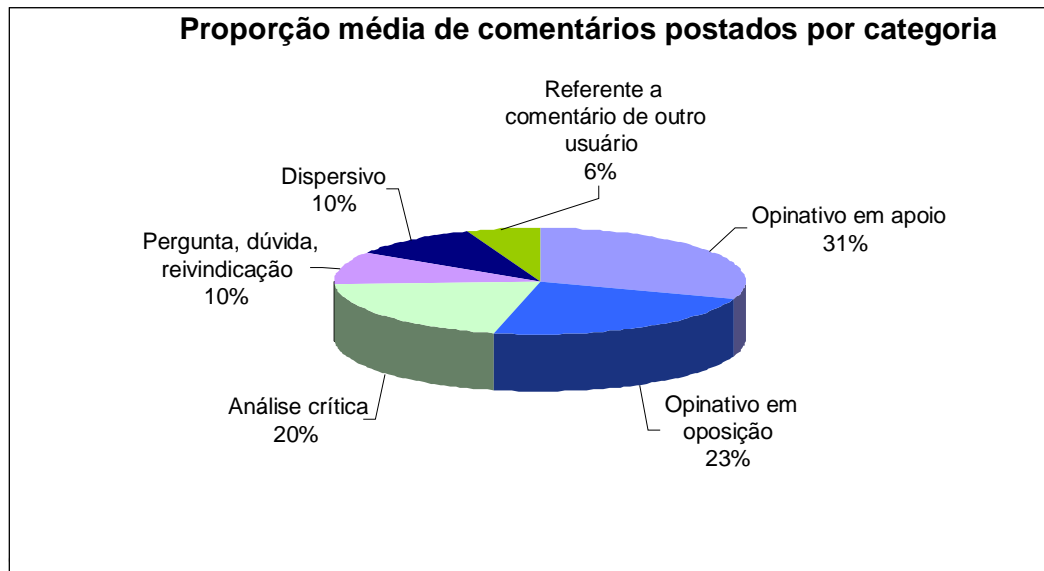


Gráfico 8: Natureza dos comentários postados no Blog Lei Rouanet

Como demonstrado no gráfico acima, a maior parte dos comentários possui caráter *Opinitivo em apoio* ao conteúdo do *post*, 31% do total, embora haja um equilíbrio com a média de opiniões contrárias ao Minc, que responde por 23% das ocorrências. Observa-se, portanto, que, tanto os comentários positivos quanto os de oposição ao MinC têm o mesmo espaço dentro da página, conforme verificado durante a navegação e como pode ser exemplificado nos fragmentos abaixo, comentários extraídos na íntegra do Blog Lei Rouanet, respectivamente, em apoio e em posicionamento contrário a *post* relatando ação do Ministério da Cultura:

Concordo plenamente com o Ministro. Infelizmente não é isto que tem ocorrido com peças teatrais, principalmente no Rio e em São Paulo.

Assisti na terça-feira passada a Opera La Traviata em BH, no Palácio das Artes e paguei R\$25,00 (idoso). A inteira custava R\$50,00. Acho que o MinC deve ter mais cuidado no falar e no fiscalizar.

Também merece ser mencionado o alto índice da categoria “Análise crítica” (20%), através dos quais são publicados textos com reflexões mais aprofundadas sobre a polêmica que envolve a Lei Rouanet, apresentando-se dados consistentes, observações relevantes ao debate, a exemplo da concentração dos incentivos entre produtores culturais das regiões

Sudeste e Sul, as implicações da nova proposta para a classe artística, o posicionamento do próprio governo, dentre outros pontos.

As interações através dos comentários (6%) se dão também, dentro da página, entre os próprios internautas, também por meio de uma sequência de comentários relacionados, como pode ser observado no fragmento abaixo:

Um erro? Ou uma máfia se isto for aprovado? Imaginem se um patrocinador – que interessa o prestígio e o vínculo de sua marca ao artista – vai preferir um artista (muito embora de qualidade) ainda sem o apelo e reconhecimento popular àquele que já tenha grande reconhecimento? Quem se beneficiará, o fulano “ilustre desconhecido” ou o famoso artista? Penso que artistas já consagrados deveriam ao menos ter seus projetos limitados para incorrer no risco da “desigualdade” de condições da concorrência, o mal do Brasil!

Artistas famosos precisam de incentivo, ok. Mas, sendo assim, não deveriam também incentivar à cultura? Estes cantores buscam recursos para produzir seus espetáculos, as empresas que apóiam se beneficiam da lei Rouanet, e o consumidor final ainda tem que pagar R\$ 100 ou mais para assistir ao show? Este é o absurdo. Não o fato destes artistas buscarem este incentivo, mas de se beneficiarem dele sem oferecer uma contrapartida à sociedade.

Em linhas gerais, embora apresente limitações, o Blog Lei Rouanet se mostra como um espaço aberto para que os cidadãos manifestem suas opiniões sobre o tema tratado na página, sem filtragens prévias e com a certeza de que sua manifestação será avaliada pelos membros que compõem a administração da página, o que fica claro com o retorno dado aos comentários. Essa interatividade, por sua vez, ao mesmo tempo em que pode servir de estímulo para que os cidadãos se envolvam no debate sobre as questões públicas, permite ao governo promover um trabalho direto de sondagem de opinião, verificando de que maneira seus posicionamentos estão sendo absorvidos pela sociedade o que permite, com isso, reavaliá-las ou promover novos direcionamentos, caso julgue necessário.

Além disso, a possibilidade de armazenamento de documentos oficiais para consulta pública facilita o acesso às informações governamentais, podendo munir os cidadãos de insumos ao debate sobre a temática discutida através do Blog. É, portanto, um canal que parece promover alguns avanços em termos de interação digital, em relação aos websites tradicionais e às demais formas de comunicação do governo.

5.4. MINISTÉRIO DA SAÚDE- ORKUT

O Ministério da Saúde mantém atualmente perfis em três mídias sociais- Orkut, YouTube e Twitter- tendo sido todos eles criados para tratar de questões relacionadas à Gripe Suína, ou Influenza A. Os perfis foram lançados entre os meses de abril e maio de 2009 e desde então têm sido explorados como canais para atender a questionamentos e responder a dúvidas da população sobre este e outros assuntos relacionados à saúde pública, o que demonstra uma ampliação da proposta inicial das páginas.

De acordo com informações do Ministério, uma equipe exclusiva é responsável pelo monitoramento diário de *sites* e mídias sociais, esclarecendo dúvidas e informações falsas que circulam na rede sobre a doença, e utilizando-se destes canais diretos para tal.

A análise do perfil do Ministério da Saúde no Orkut considerou o conteúdo postado durante um período que engloba o início das atividades da página, em maio de 2009, até maio de 2010, compreendendo treze meses. A pesquisa foi feita a partir de um eixo principal (as mensagens postadas) e dois eixos complementares (vídeos e fotos). Em números, isso corresponde a um total de 911 recados, 50 fotos e 41 vídeos postados no perfil, que foram categorizados conforme critérios estabelecidos na matriz de análise que orientou a navegação.



Figura 7: Reprodução da página inicial do perfil do Ministério da Saúde no Orkut

Examinando-se individualmente os recados, o que se observou foi um predomínio de mensagens voltadas para “dúvidas/perguntas” ao Ministério da Saúde, com maiores concentrações nos meses de julho e agosto de 2009, tendo sido 166 recados (46%) postados com esse teor. Uma possível justificativa para aumento do envio de perguntas nesse período pode ter relação com a alerta da Organização Mundial de Saúde (OMS), no mês de junho, para o risco de uma pandemia, fazendo que com o assunto ganhasse repercussão em toda a mídia nacional, o que se expandiu também para as redes sociais. As mensagens enquadradas nesta categoria vão desde perguntas simples como “*oi, tenho 15 anos, devo tomar a vacina?*” até questões mais específicas, sendo grande parte delas direcionadas à Gripe A, como as que seguem abaixo:

Olá...Eu gostaria de saber se as possíveis reações da vacina duram somente nas primeiras 48 hrs!?porque eu tomei a vacina e no 3 dia me deu uma alergia... tp urticária, ânsia e dores no abdômem. Poderia dizer q foi uma reação a vacina?obrigada desde já!

Meu filho de 4 anos teve Síndrome de Guillian Barré ano passado e estou na dúvida se dou a vacina ou não, a pediatra disse que posso fazê-lo sem problemas, mas confesso que ainda não sei. Devo procurar outro especialista? aguardo uma resposta, obrigada.

Como pode ser verificado, é comum os usuários se reportarem ao Ministério da Saúde enxergando a instituição como um profissional de saúde, numa situação semelhante a um paciente tirando dúvidas com o médico. Em alguns outros são perguntas consideradas mais densas, com carga política, exigindo do Ministério fornecimento de informações mais institucionalizadas, embora estas sejam a minoria das mensagens postadas, como o exemplo a seguir:

Onde posso encontrar os contratos assinados pelo governo brasileiro e os laboratórios farmacêuticos?

Por outro lado, também apresentaram alta incidência os “comentários/informações não relacionados à saúde pública”, com 15%, o que corresponde a um total de 133 recados postados, sendo os meses de dezembro de 2009 e janeiro de 2010 os de maior concentração, respectivamente com 20 e 50 recados postados no perfil. Nesta categoria foram enquadrados recados como envio de poemas, votos de otimismo e incentivo, de datas comemorativas e qualquer outro assunto que fugisse à temática original da página. Recados com teor político partidário, sem nenhuma menção à saúde pública também foram inseridos nesta categoria.

Como se pode perceber, os espaços digitais criados pelo Governo para interação com a sociedade, ainda que focados, acabam servindo também para manifestações desconectadas dos objetivos da mídia utilizada, podendo, até, ser encarado como uma espécie de “trote”.

A concentração de mensagens desta natureza nos referidos meses pode ser explicada ainda por se tratar de períodos festivos, englobando Natal e virada de ano, além de ser janeiro o mês que consta como sendo o de aniversário do perfil, embora a primeira mensagem postada date de 07 de maio de 2009. Além de textos, muitas dessas mensagens utilizam recursos de áudio, vídeo e desenhos, com finalidade ilustrativa. Ainda no caso dos poemas, mensagens de incentivo e comemorativas enviadas, não há como inferir que as mesmas tenham sido intencionalmente enviadas ao perfil do Ministério, uma vez que o Orkut oferece ao usuário o recurso de enviar uma mesma mensagem para todos os seus contatos, o que costuma ser usado no caso de envio de mensagens de natal e ano novo, por exemplo.

Um terceiro tópico com expressivo percentual foi “comentário/resposta a recado postado pelo Ministério em outro perfil”, com 119 (13%) recados postados. Nestes casos, o usuário faz um comentário ao Ministério ou agradece por ter sido atendido em questionamento anterior. Na maioria dos casos, esses recados trazem um desdobramento à resposta enviada anteriormente pelo Ministério diretamente para o perfil do usuário, com outra pergunta ou com um comentário para fortalecer o argumento anterior, como demonstram os fragmentos abaixo:

Agradeço de coração o apoio e o respeito pelo meu caso. Podem ter certeza, serei mais uma aliada para divulgar os males dessa droga. Perco algumas batalhas, mas a guerra vou vencê-la.

Vou procurar sim, mas as pessoas com doenças crônicas, e crianças com doenças crônicas deverão levar um atestado laudo médico confirmando o problema?

Muito obrigada!! Vou tentar vacinar eles sim, mas aproveitando da sua boa vontade em ajudar, gostaria de saber mais 2 coisas. Minha irmã de 15 anos tem bronquite desde BB, vira e volta ela está em crise sem contar que também tem renite por conta disso tudo vive tomando anti alérgicos, inalações e outros remédios. Ela está incluída no grupo de doenças crônicas? e meus pais são hipertensos, eles também estão incluídos? Muito obrigada.

Pelo que se constatou, o tempo médio de retorno aos usuários é de um a três dias. Esse tempo foi verificado através da visita a perfis de alguns dos usuários que postaram recados na página do Ministério da Saúde. Em situações que demandem maiores esclarecimentos, é comum o Ministério solicitar que o usuário entre em contato por *email* ou telefone, o que permite inclusive maior privacidade na troca de informações.

As respostas são encaminhadas diretamente ao perfil do usuário, com raras exceções, onde o Ministério posta uma mensagem diretamente em seu próprio perfil, e que aqui foram consideradas como categoria (“resposta/comentário do próprio Ministério”), com apenas sete ocorrências verificadas (1%). Nas situações em que isso ocorreu, durante o período de análise, deu-se por se tratar de uma informação geral, que pudesse sanar dúvidas de outros usuários, ou pela dificuldade do Ministério em postar recado na página do usuário. Este segundo caso pode ocorrer, por exemplo, devido a um recurso disponível no Orkut, que permite a um usuário bloquear a publicação de recados de outros usuários que não sejam seus “amigos”, ou seja, pessoas cadastradas para acompanhar seu perfil e interagir com ele. É possível, portanto, enviar um recado a um “não amigo”, mas impedir que este faça o mesmo. Um exemplo de resposta do Ministério motivado por essa dificuldade segue abaixo:

Daniela, não foi possível postar no seu perfil. Então, seguem aqui nossas considerações. Nem todos os sintomas que surgem após tomar a vacina são efeitos da imunização. A campanha de vacinação começou ano passado no Hemisfério Norte e até hoje não houve nenhum registro na Organização Mundial de Saúde que associasse a vacina diretamente a efeitos graves ou morte. Isso são dados científicos oficiais e o Ministério da Saúde, que é uma entidade oficial, precise se basear neles para aferir a segurança da vacina. Casos como o seu devem ser investigados por médicos e, se tiverem a ver com a vacina, devem ser reportados oficialmente às autoridades de saúde. Até hoje, isso não ocorreu em nenhum país. Para mais informações: Fernanda.scavacini@saude.gov.br

Também merece atenção a categoria “Informação/divulgação/convite de ação relacionada à saúde pública”, que obteve 92 postagens, representando 10% do total de ocorrências. Este tópico se refere a mensagens trazendo informações sobre saúde pública, e sobretudo sobre a Gripe A, vistas pelo usuário em veículos de imprensa, circulando na rede ou obtidas em seu convívio social. Também aqui são apresentados dados a partir de experiências dos usuários ou de pessoas que lhe são próximas, além de uma grande incidência para divulgação de iniciativas de grupos e de instituições públicas ou privadas em prol da saúde pública, a exemplo de campanhas de doação de sangue e mobilização contra a dengue, para citar alguns casos. Outra situação freqüente é o convite ao Ministério para que ele participe de comunidades no Orkut ligadas à saúde pública e que apóie iniciativas de grupos e entidades também divulgando em suas redes ações específicas promovidas por aqueles usuários. Alguns exemplos das mensagens postadas nesta categoria seguem abaixo:

Olá, sou o IFA- Instituto Família AIDS em Salvador, eu preciso de ajuda. São mais de 250 portadores do vírus HIV que damos assistência. Nosso contato é 71-3241-3079.

Estou pedindo uma ajuda para salvar minha prima, ela teve um sarcoma e precisou amputar a perna, porém teve complicações e está precisando URGENTE de 25

DOADORES. Decidi recorrer também a desconhecidos. Ela está internada no Hospital A.C. Camargo na rua Liberdade, fone (11)2189-5000. Quem puder doar efetuar a ajuda em nome Andrea Viana Fonseca.

Conheça e participe da comunidade HIV-BRASIL
<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=97956347>

Atualização 83- mais de 208 países têm casos da gripe H1N1, pelo menos 13.554 mortes. <http://www.h1n1online.com/2010/0>

Mensagens como estas acabam sendo direcionadas não só ao Ministério, mas a todos os seus “amigos” no Orkut e os usuários postam informações de seu interesse sabendo da dimensão que a mensagem pode atingir. É o caso, por exemplo, da segunda mensagem destacada acima onde uma usuária utiliza o perfil do Ministério na tentativa de conseguir doadores para uma prima que corre risco de morte. É interessante apontar que parte considerável das postagens em comentário a recado de outro usuário no perfil do Ministério se origina de mensagens enquadradas nesta categoria. O que se observa também é uma alta incidência de profissionais de saúde postando mensagens relacionadas à saúde pública, geralmente envolvidos em alguma iniciativa voltada para a área, em ações que visem mobilizar a população.

A categoria “informação sobre o Ministério” engloba questões mais institucionais, como solicitação de dados gerais sobre o órgão, membros, atuação, sub-divisões. Também foram enquadradas aqui mensagens solicitando informações do Ministério para fins de pesquisas acadêmicas. Foram verificadas, por exemplo, solicitações de dados ou contato direto para envio de informações detalhadas para pesquisas de ensino médio, graduação e pós-graduação. Outro tipo de solicitação feita pelos usuários e que enquadramos nesta categoria foi o pedido de material de divulgação sobre campanhas promovidas pelo Ministério, geralmente por profissionais de saúde ou de imprensa. Do total das 911 mensagens postadas, apenas 21 (2%) foram desta natureza. Alguns casos são expostos abaixo:

Olá, sou aluna de mestrado do Instituto Butantan e trabalho com o *Aedes aegypti*. Gostaria de saber se vocês poderiam me solicitar um mapa atualizado da distribuição do *Aedes aegypti* no Brasil. Aguardo sua resposta. E desde já muito obrigada!

Olá, tudo bem? Sou estudante de doutorado aqui no Rio de Janeiro e a minha tese fala sobre prevenção e AIDS. Posso trocar mais figurinhas com vc? Obrigada

Srs. Estou aqui para divulgar um pouco do meu trabalho. Será que vocês tem material de vinhetas, comerciais sobre programas, campanhas para divulgar na emissora comunitária que trabalho?

Preciso conversar com vocês urgente para lançarmos uma nova etapa da campanha nacional de doação de sangue, entre os dias 24 e 29 de janeiro. Não consegui ter resposta por email, alguém pode me ajudar? Beijos

A categoria “denúncia”, ao contrário do que se esperava- por se entender que a mídia concede livre acesso de manifestação à população- teve pouca repercussão na página. Considerou-se neste caso denúncias contra agentes públicos de saúde, contra instituições e pessoas em geral que pudessem estar praticando algum ato prejudicial à saúde pública. Do total de recados postados durante o período analisado, apenas sete (1%) tiveram esse intuito. Desses, as denúncias foram contra práticas de divulgação de informação falsa sobre saúde pública na internet e de ações isoladas de prejuízo à saúde, a exemplo dos fragmentos a seguir:

Gostaria de saber se não tem um telefone que a gente possa ligar para denunciar um foco de dengue para que a vigilância sanitária vá até a casa da pessoa, que no caso tem uma piscina aberta e os vizinhos estão pegando dengue!!!

Recebi um email falando sobre uma contaminação em um lote de feijão e que agora está transmitindo a doença de chagas. Mande pra vcs, se puderem, confirmem, pois achei tão estranha esta história. Obrigada

Vc está sabendo que o governo manda veículos para o PSF da minha cidade e a prefeitura desvia para outros fins? Sou agente comunitário, praticamente carregamos o PSF nas costas, mas não somos valorizados, aqui na minha cidade compramos protetor solar, material de trabalho, uniforme não tem, carro para fazermos visita também não [...]

Uma observação a ser feita sobre as mensagens de denúncia é o incentivo a uma postura mais vigilante que a mídia social, neste caso, incentiva, diante da maior facilidade de acesso à autoridade pública e retorno às questões apresentadas. Embora algumas colocações não digam direito diretamente ao Ministério da Saúde, mas às secretarias de saúde municipais e estaduais, a possibilidade de retorno gerada pela ferramenta desperta a manifestação de alguns usuários, o que, mesmo que não tenha solução imediata, ganha repercussão e visibilidade, dando ao internauta a sensação de poder reivindicar diretamente ações à administração pública e saber que a informação realmente será lida.

Outra categoria que merece aqui ser mencionada é “comentário positivo/depoimento”, que contempla a manifestação de usuários sobre experiências pessoais relacionadas à saúde ou um desabafo em relação a algum órgão de saúde. Também foram comuns neste tópico depoimentos motivados por postagens de outros usuários, criando, através do perfil do Ministério, um espaço de troca de experiências entre os usuários do Orkut. No total foram 27 depoimentos postados dentro do período analisado, um percentual médio de 3%, a exemplo dos relatos abaixo:

Olá, sou ex-dependente de crack. Desejo a todos os que estão passando por esse período difícil que não percam a esperança, existe vida sim após as drogas. Minha família sofreu muito comigo, mas não desistiu, orou por mim e Deus restituiu a minha vida [...]

Olá, sei bem como se sentem. Morei com um rapaz durante 4 anos, sofri muito, porém tudo passa, só depende de vc. Tomei uma atitude, hoje sou feliz... fiz o que pude pra que ele sáisse das drogas, mas não consegui[...]sejam felizes, o sofrimento nos traz sabedoria

Oi, sou enfermeira e sempre que posso apoio esse tipo de iniciativa, sei o quanto é importante conscientizar as pessoas sobre doação de órgãos. Já visitei a página doe vida e tb já avisei a minha família para doarem tudo que for possível e assim ajudar o maior número de pessoas

De modo semelhante, na categoria “comentário/resposta a recado de outro usuário”, com o total de 39 ocorrências (4%), há uma interação entre os próprios cidadãos utilizando através da página do Ministério no Orkut. Geralmente são respostas a algum questionamento, contribuição ou contestação a comentário postado, apresentação de algum dado extraído de fonte noticiosa, dentre outras situações, conforme alguns exemplos que seguem:

Aline, você pode obter informações específicas da situação na Europa, no site: <http://ecdc.eu>

A OMS esclarece sobre viagens: <http://www.h1n1online.com/2009/12/oms-esclarece-sobre-viagnes.html>

To com a mesma dúvida que a Renata. Os casos estão diminuindo? E acontecerá mesmo uma segunda onda?

Por fim, há ainda as mensagens de maior contestação ou enfrentamento ao Ministério. Estas foram direcionadas à categoria “reclamação/crítica/comentário negativo”, que contou o índice de 5%, correspondendo a 50 mensagens postadas durante o período investigado. O índice é considerado também baixo, tendo em vista, tal como se imagina a possibilidade de fazer denúncias, o canal aberto para cobrança, contestações e fiscalização aos agentes públicos. Nos casos em que ocorrem, o teor vai de reclamações pelo não envio de resposta do Ministério a críticas sobre a atuação da própria instituição e, principalmente, em relação à temática abordada nas postagens. Também são postados recados voltados especificamente para a figura do Ministro da Saúde, algumas com tom mais agressivo ou pejorativo. Alguns exemplos das mensagens extraídas desta categoria seguem abaixo:

Vocês não responderam minha pergunta deixada anteriormente sobre os riscos da vacina H1N1, pois minha amiga havia tomado e passado mal logo depois

Está mais que comprovado que a vacinação contra a tão falada ‘gripe suína’ faz parte de uma estratégia global, com mais uma das muitas, para controlar o povo pelo medo! O Brasil concordará em, talvez, matar ou condenar a vida de milhões de pessoas com esta vacina tão suspeita?

Por que crianças de 2 anos a jovens de 19 anos não irão tomar a vacina?? Tomar no ** Ministério da Saúde e OMS... e toda a indústria farmacêutica que querem lucrar com o cão do caos, através da porra da mídia

Sr. Ministro da Saúde, faça um favor ao povo brasileiro: PEÇA DEMISSÃO! Os médicos não têm como diferenciar a gripe sazonal da gripe A, porque os sintomas são os mesmos. Os municípios e unidades de saúde não têm a disponibilidade do anti-viral Tamiflu, que o Sr. Tem guardado a sete chaves [...]Este é um dos muitos exemplos para ilustrar a incapacidade do nosso Sistema de Saúde para lidar com essa gripe e comprovar que todos os protocolos do Ministério da Saúde não servem para nada

É importante ressaltar que, no caso dessa última categoria, o posicionamento do Ministério parece ser o de não omitir posicionamentos contrários à Instituição. Assim, os recados de contestação não são apagados da página e, em alguns casos observados, o Ministério procura se defender, apresentando seu ponto de vista à questão e disponibilizando canais complementares de comunicação, caso o usuário tenha interesse. Até mesmo mensagens com teor mais agressivo são mantidas na página. Esta estratégia, em certa medida, pode ser vista como uma forma de defesa, já que se os recados de retaliação ao Ministério fossem apagados, talvez os usuários pudessem se manifestar ainda mais agressivamente, o que comprometeria a proposta da página, de interagir com a sociedade.

No caso do perfil do Ministério da Saúde há a identificação de uma servidora do órgão como responsável pela página, a quem os usuários devem se dirigir diretamente, inclusive através de *email*. Por conta disso, alguns recados postados no Orkut se dirigem não ao Ministério, mas diretamente a esta profissional, o que acaba criando uma relação de maior proximidade entre governo e cidadãos através da mídia sócia utilizada.

Os dados correspondentes ao teor das postagens no perfil do Ministério da Saúde durante o período em que se deu a investigação a partir de categorizações específicas, conforme descrito anteriormente, podem ser observados de forma detalhada no gráfico a seguir:

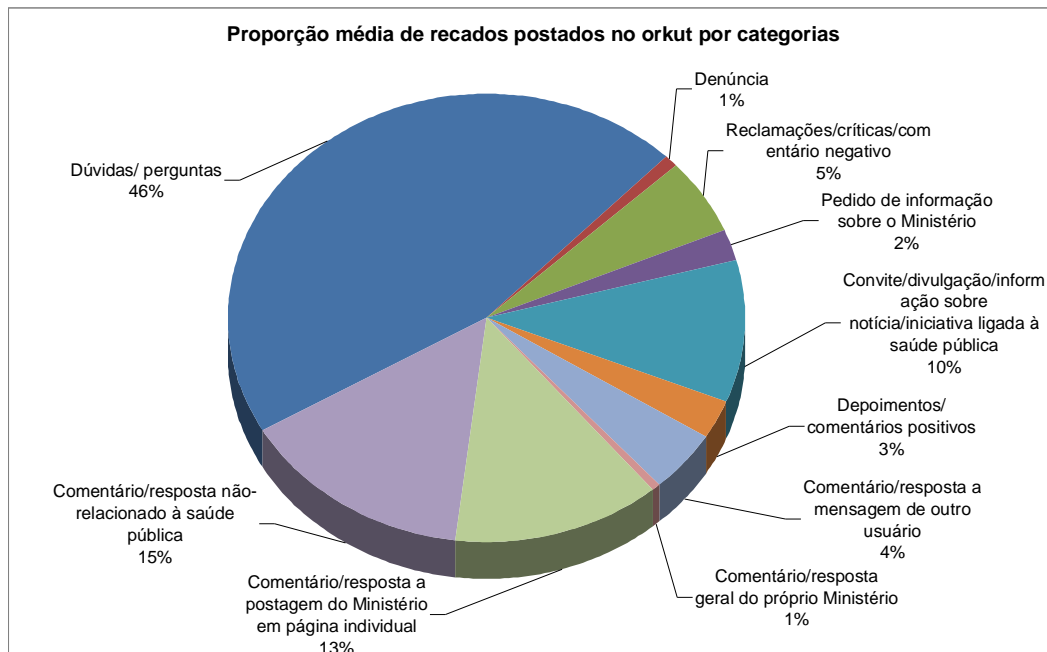


Gráfico 9: Natureza dos recados no perfil do Ministério da Saúde

No caso das fotos, foram divididas em três grupos, a partir do seu conteúdo: campanha publicitária; ministro e/ou equipe em evento/solenidade; campanha/evento envolvendo a sociedade. Do total das fotos postadas no perfil, a maioria foi de atividades promovidas pela própria população (56%), através de eventos como doações de sangue promovidas por órgãos de saúde, clubes e entidades, exposições culturais com a temática da saúde pública, atividades em datas comemorativas relacionadas à saúde, dentre outras iniciativas. As demais fotografias, divididas entre as categorias “Campanha publicitária” e “Ministro/equipe em evento/solenidade”, tiveram o mesmo percentual, cada uma com 22%, o que corresponde a 11 fotos, cada. Em geral, as primeiras eram fotografias e imagens utilizadas nas campanhas oficiais do Ministério da Saúde, e as segundas, o registro da participação do Ministro da Saúde em solenidades oficiais.

Ao total das 50 fotografias postadas no perfil do Ministério, o recurso do comentário foi empregado em nove ocasiões, todos com teor positivo, geralmente parabenizando a iniciativa ali retratada.

Os vídeos postados no perfil foram categorizados em cinco grupos, segundo os mesmos critérios utilizados para as fotografias: “campanha publicitária promovida pelo Ministério”, “pronunciamento do ministro”, “vídeo jornalístico”, “vídeo enviado por usuário”, e “vídeo produzido por outro organismo ligado à saúde pública”. Do total de 57 vídeos postados, a maior parte foi de “campanha publicitária promovida pelo Ministério” (50%),

seguida por “pronunciamento do ministro” (19%), que, em geral, foram os primeiros vídeos postados, esclarecendo a população sobre a Gripe A.

A participação direta dos cidadãos no tópico vídeo se dá pelo envio de material audiovisual para ser postado na página (12%). Tal como acontece com os recados em texto, também em vídeo foram enviados alguns depoimentos de usuários, geralmente ex-dependentes químicos relatando suas histórias de superação. A divulgação de material produzido por outras entidades também merece destaque na página do Ministério no Orkut, com os mesmos 12% do total. São vídeos educativos produzidos por entidades como as Nações Unidas e Centros de Referência, sobre temas ligados à saúde pública, a exemplo da amamentação e AIDS. A menor incidência foi de vídeos jornalísticos, compostos por entrevistas do Ministro em programas ou matérias sobre saúde pública (7%).

Todos os vídeos postados no perfil do Orkut são disponibilizados também no perfil do YouTube do Ministério. O gráfico abaixo demonstra a categorização dos vídeos por formatos de conteúdo:

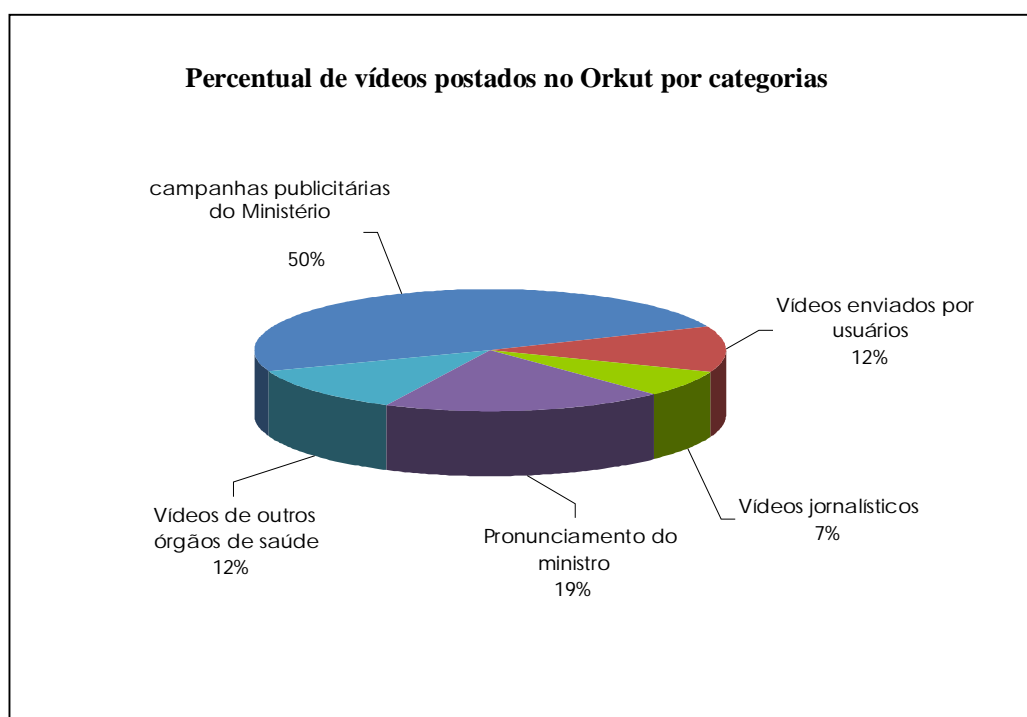


Gráfico 10: Vídeos no perfil do Ministério da Saúde

Até o último mês em que se deu a análise, maio de 2010, o perfil contava com 990 “amigos” e participação em 904 comunidades. Destas, a grande parte é para discussão de temas relacionados à saúde pública. Mas há também comunidades sem qualquer relação com a área de atuação do Ministério da Saúde, a exemplo da comunidade “Eu amo Walt Disney

World”, inserida na categoria “Viagens”, ou “A profecia Maia-2012”, voltada para discussões filosóficas e enquadrada na categoria “Religiões e crenças”.

Em linhas gerais o que se pode observar é que, embora o perfil do Orkut tenha sido criado como uma das ferramentas de mídia social voltado para esclarecer a população sobre a Influenza A, aos poucos houve uma demanda natural pela inclusão de outros assuntos de saúde pública, abrindo-se espaço para tal. Pelo que ficou constatado, foi um processo motivado pelos próprios usuários, e acompanhado pela instituição.

Hoje, a apresentação no perfil do Ministério não se restringe ao seu objetivo inicial. Ao invés disso, o texto de apresentação fala em saúde pública de modo geral, abordando algumas áreas. Essa aceitação às demandas dos usuários, inclusive por meio da não omissão de mensagens agressivas ou em oposição do Ministério, talvez possa ser apontada como uma das possíveis causas para a permanência da participação de usuários no perfil, passado um ano de lançamento da página.

5.5. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA- BLOG DO PLANALTO

Um das ações mais recentes do Governo Federal dentro da estratégia de inserção na web 2.0, o “Blog do Planalto”⁵⁸ foi lançado em 31 de agosto de 2009 com a proposta de ser um canal voltado para a aproximação entre o presidente Luis Inácio Lula da Silva e a população internauta. Todo o trabalho de criação da página foi desenvolvido a partir de um projeto piloto, por meio de um Núcleo de Relacionamento Digital, inspirado no trabalho desenvolvido pelo presidente americano Barack Obama no uso de ferramentas de interatividade na internet.

O objetivo, segundo o próprio governo, é criar uma maior informalidade na comunicação com a sociedade, possibilitando novos canais, com perspectivas diferenciadas do que já é oferecido pelos portais e outras formas de comunicação oficial do governo. Pretende-se ainda promover uma padronização da comunicação digital do Governo Federal, já que, de acordo com o próprio Palácio do Planalto, “os portais da Presidência e dos Ministérios, hoje, ‘não conversam entre si’ nem orientam o cidadão para os serviços do Estado”⁵⁹.

⁵⁸ <http://blog.planalto.gov.br/>

⁵⁹ Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2009/04/20/lula-imita-estrategia-de-obama-e-busca-espaco-no-mundo-virtual/>. Acesso em 14 de setembro de 2009.

No primeiro *post*, a equipe apresenta o Blog e promete que aquele será um espaço para compartilhamento de informações sobre o cotidiano da Presidência da República, através da divulgação da agenda do presidente, para que os internautas possam compreender melhor as ações, programas e políticas do governo. Afirma ainda que a linguagem a ser utilizada será cada vez mais informal, a fim de aproximar governo e sociedade.

Num vídeo de boas vindas, o presidente Lula declara que, além de informar a população sobre as ações da Presidência, a intenção é que o Blog funcione como uma via de mão dupla, para que o cidadão possa também contribuir solicitando e fornecendo informações ao governo.

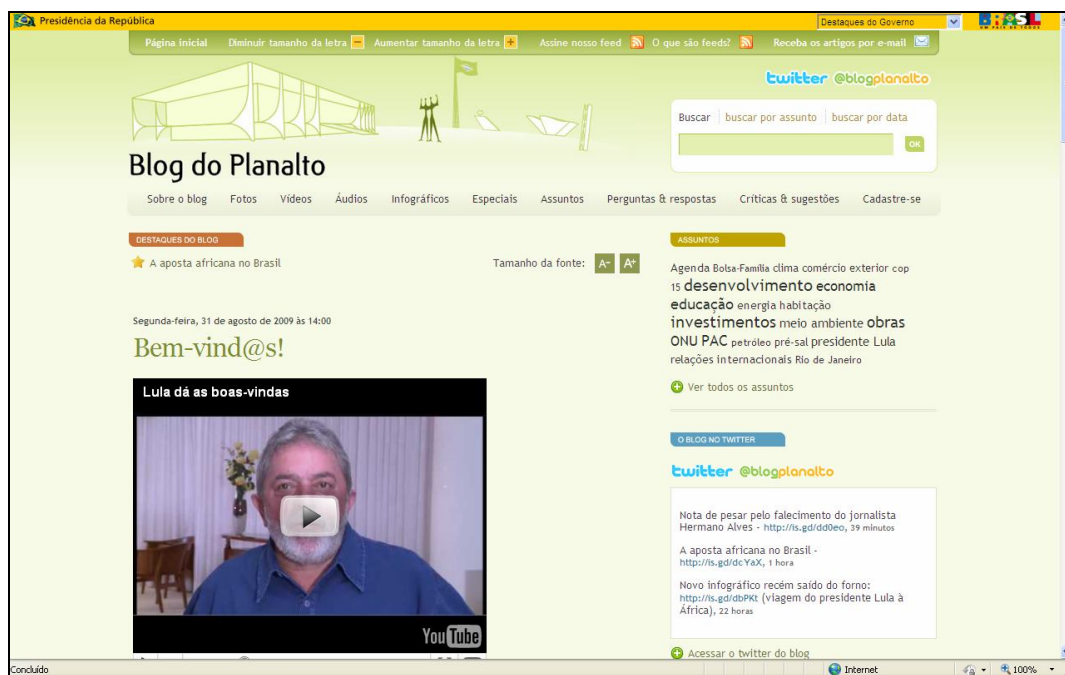


Figura 8: Reprodução da página inicial do Blog do Planalto

Quanto à origem das informações publicadas, os primeiros *posts* deixam claro ao internauta que o presidente irá se manifestar através de textos, vídeos e áudios, mas a administração não será feita diretamente por Lula. Uma equipe composta por seis profissionais- sendo um editor, três repórteres, um webdesigner e um programador, todos vinculados à Secretaria de Imprensa ou cedidos por outros órgãos da Presidência- fará exclusivamente esse trabalho.

Conforme a equipe, não se pretende que o Blog do Planalto seja o porta voz oficial da Presidência, papel desempenhado pelo Diário Oficial da União e comunicados dos órgãos

vinculados ao governo. A intenção, por outro lado, é fazer com que o perfil funcione como um “observador da Presidência da República por um ângulo diferenciado”.

A fim de verificar de que forma o Blog vem sendo apropriado enquanto ferramenta de interação entre Presidência e sociedade, promoveu-se uma análise baseada em navegação orientada a partir de parâmetros estabelecidos pela mesma matriz de análise com a qual foi investigado o Blog Lei Rouanet, do Ministério da Cultura. O estudo se deu através de acompanhamento da página durante o mês de janeiro de 2010. Conforme justificado em momentos anteriores, considerou-se o período de um mês suficiente para obtenção de dados capazes de transmitir a dinâmica da página, bem como a forma como a mesma tem sido apropriada pela Presidência da República, e o teor do conteúdo ali publicado. Alguns resultados verificados com a navegação podem ser assim traduzidos:

a) Quanto à estrutura da página:

A página principal do Blog oferece, em sua parte superior, uma barra de navegação horizontal com dez opções: “sobre o blog”, “fotos”, “vídeos”, “áudios”, “infográficos”, “especiais”, “assuntos”, “perguntas e respostas”, “críticas e sugestões” e “cadastre-se”. Ainda na parte superior, a página oferece ao internauta o recurso de buscas, que pode ser por assunto ou data. Todos os *posts* publicados são arquivados na página, fornecendo um banco de dados de fácil acesso aos internautas.

Mais abaixo, a distribuição dos elementos se divide entre os *posts* publicados, sempre à esquerda e ao centro da página. A primeira sessão é “Destaques do Blog”, com *link* para assuntos de repercussão dentro do perfil e em *sites* externos, geralmente *posts* recentes. Logo abaixo vem a sequência de *posts*, que são o elemento central do Blog, sempre começando pelo mais atual, ou seja, cada novo *post* vai para o topo da página. Na grande maioria dos casos, são *posts* em textos, acompanhadas por recursos complementares como vídeos, áudio ou fotografias. Em seguida, o campo “assuntos relacionados” oferece *links* para outros *posts* publicados anteriormente na página sobre assunto correlato.

DESTAQUES DO BLOG

★ Secretaria de Direitos Humanos lança projeto Cidade Acessível Tamanho da fonte: A- A+

Segunda-feira, 25 de janeiro de 2010 às 10:36

Fórum Social Mundial comemora 10 anos em Porto Alegre (RS)

Começa nesta segunda-feira a 10ª edição do Fórum Social Mundial, que volta a ser realizado em Porto Alegre (RS). Confira [aqui](#) o histórico do evento. Acompanhe a abertura oficial do FSM ao vivo pelo site da TV NBR - clique [aqui](#).

Um dos destaques do Fórum deste ano é o seminário Internacional “10 Anos Depois: Desafios e propostas para um outro mundo possível”, com a participação de 70 intelectuais e dirigentes sociais. O objetivo do encontro é “examinar os novos desafios da sociedade civil altermundialista e projetar os caminhos futuros para o FSM”. Os participantes devem promover uma avaliação desta década de FSM.

O presidente Lula participará do Fórum Social Mundial deste ano, comparecendo ao evento na terça-feira (26/1), em cerimônia a ser realizada no ginásio Gigantinho, na capital gaúcha.

No sábado, em Salvador, acontece o FSM Temático Da Bahia a Dakar: Enfrentar a Crise com Integração, Desenvolvimento e Soberania. Como desdobramento do fórum social, o evento reunirá chefes de Estado e de Governo de países da América Latina e África. Os governantes vão debater alternativas dos países como resposta à crise econômica mundial e a construção de agendas comuns para o mundo pós-crise até o próximo fórum unificado, em janeiro do próximo ano, no Senegal.

Artigos relacionados

- Presidente prestigia a décima edição do Fórum Social Mundial em Porto Alegre (RS)
- 10 anos de Fórum Social Mundial
- Sugestão ao 10º Fórum Social Mundial: estabelecer um ano de solidariedade ao Haiti

Imprima: Envie para Vote aqui:

Figura 9: Reprodução de *post* publicado no Blog do Planalto

Do lado direito da página, localiza-se uma lista de *tags*, *links* com palavras-chaves para remeter o leitor a conteúdos publicados no Blog. Há ainda os campos “O blog no twitter”, que direciona o internauta ao perfil da Presidência nessa outra mídia social; “Destaques do caderno”- tratam não de assuntos diretamente ligados à presidência, mas referentes a políticas nacionais ou de grande interesse público, funcionando também como divulgação das ações do Governo Federal. Alguns exemplos são: “Acesso a internet: mais de 111,4% de microcomputadores cobrindo 24,1% dos domicílios brasileiros” e “Samu 192: atendimento de urgência dá cobertura a 112 milhões de pessoas”; “Imagens do Blog”, com arquivos de fotos referentes aos assuntos tratados nos *posts*, mostrando a atuação do presidente e de demais membros da equipe do Executivo Federal; “Vídeos do Blog”- trechos de pronunciamentos, discursos e entrevistas concedidas a programas da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), na maioria dos casos dando destaque ao presidente Lula, mas também com vídeos de ministros; “Áudio do Blog”- íntegra de discursos e entrevistas do presidente; que seguem a mesma lógica das fotos; “Especiais do blog”, com *links* para sessões especiais criadas pelo Blog, durante períodos de tempo determinado. Um exemplo é o especial “7 anos em 7 dias”, uma série semanal de vídeos com os ministros, a fim de esclarecer de modo breve o papel de cada Ministério na estrutura administrativa do Governo Federal. Abaixo dos

especiais, está o espaço “Discreta lente”, ensaios fotográficos assinados por Ricardo Stuckert, além de informações de bastidores e conteúdos não diretamente de cunho político, mas que, a partir de vozes de outras pessoas, busca valorizar a imagem do presidente.

Outros conteúdos dispostos na parte direita da página são “Opine”, com enquetes, nem sempre diretamente relacionadas às ações do Governo Federal ou questões político-administrativas do país. Uma enquete realizada no mês de janeiro, por exemplo, perguntou aos leitores “qual seleção você gostaria que o Brasil enfrentasse numa eventual final de Copa do Mundo?”. Em seguida, há os campos “Mais acessados”, *posts* mais vistos pelos internautas, alguns acompanhando informações em áudio e vídeo; “Links do Planalto”, remetem a documentos ou portais relacionados ao Governo Federal, tais como “Portal da Transparência”, “Marco Regulatório do Pré-Sal”, “PAC”, “Gripe Influenza A”, “Bolsa Família” e “TV NBR ao vivo; e “Por e-mail”, onde o internauta pode se cadastrar para receber diretamente em sua caixa de mensagens todas as atualizações do Blog.

A página utiliza tons claros, indo numa variação do verde ao branco. Segundo Pinho (2003), além das palavras e imagens, a cor deve também apresentar funcionalidade na página, intensificando os outros elementos ou exercendo informação em si mesma, influenciando a emoção do leitor.

b) Quanto à natureza dos *posts*:

O Blog do Planalto conta com atualização diária, havendo uma variação de quantidades de postagens por dia, a depender da demanda de assuntos a serem noticiados. Durante o mês de janeiro de 2010, foram feitas 134 atualizações, o que corresponde a uma média de 4,3 atualizações diárias. Não foi observada uma padronização no número de postagens a cada dia, tendo sido verificadas algumas oscilações. Se no dia 02 de janeiro, por exemplo, apenas um novo *post* foi publicado, no dia 13 de janeiro foram 12 atualizações, 10 deles relacionados à participação de militares brasileiros em missão no Haiti, atingido naquela ocasião por um forte terremoto. No entanto, conforme constatado, há uma dinâmica semelhante entre os meses.

Em geral, os *posts* publicados no Blog seguem a estrutura de uma matéria jornalística, no estilo informativo direto, com a média de três a cinco parágrafos e apresentando *links* para informações relacionadas ao assunto abordado. No entanto, por se tratar de produção da Secretaria de Comunicação, há uma aproximação da linguagem publicitária, sobretudo nos títulos dos *posts*, que buscam sempre valorizar o Governo e o presidente da República. Não são postados documentos oficiais diretamente no Blog e também não há *posts* externos, ou

seja, os *post* publicados seguem uma linha padrão, sendo todos redigidos pela equipe administradora da página, o que está sendo chamado aqui de *post* interno.

Foram identificados links internos- que conduzem a outros *posts* dentro da mesma página, e links externos, que direcionam para outras páginas do Governo Federal ou sites externos, a exemplos de veículos de imprensa e institutos. Alguns desses links são embutidos, ou seja, a ligação é feita através de palavra dentro do próprio texto, outros são associativos, abaixo do texto, em formato de vínculos como “leia mais” e “assuntos relacionados”.

Conforme a matriz de análise para navegação no Blog, os *posts* foram categorizados em seis grupos principais, todos *posts* internos:

- (1) “Ações do Governo Federal”- notícias relacionadas a ações promovidas pelo Governo Federal, sem foco na figura do presidente. São exemplos, acordos e convênios internacionais, políticas públicas, índices econômicos alcançados, dentre outros;
- (2) “Depoimento de personalidade”- *posts* baseados na valorização de pessoas que não fazem parte da equipe do governo, mas estão envolvidas, de alguma forma, em ação executada ou que tenha contado com a participação da administração pública federal. Engloba tanto anônimos, quanto autoridades e especialistas em alguma área;
- (3) “Agenda presidencial”- o dia-a-dia do presidente em seus compromissos e viagens oficiais. Os *posts* informam sempre o local de destino, duração e motivo da viagem;
- (4) “Pronunciamentos do presidente em solenidades”- São *posts* que, embora tratem de ações do Governo, valorizam mais a fala do presidente do que o fato em si;
- (5) “Relacionamento com a mídia”- *Posts* referentes à participação do presidente em programas de tv, colunas de jornais de circulação nacional e monitoramento à imprensa, por meio da publicação de correções a informações divulgadas pela imprensa e consideradas incorretas pela equipe da Presidência.
- (6) “Ministros”- *Posts* referentes à atuação da equipe ministerial do Governo, geralmente participando de sessões especiais dentro do próprio Blog, mas também com notícias sobre atuação externa.

A partir da navegação orientada, foi verificada uma maior incidência de *posts* voltados para a divulgação de ações do Governo Federal, com 41,% das atualizações durante o período analisado, num total de 56 *posts*. Foi verificada alta incidência ligada às áreas econômica e

social, a exemplo do aumento nas exportações, investimentos no PAC, programas assistenciais para população de baixa renda, para citar alguns.

O segundo item com maior incidência foi “Pronunciamentos do presidente em solenidades”, com 41 atualizações, o que corresponde a 31% do total. São *posts* em que a grande ênfase é dada ao posicionamento do presidente da República nas diversas questões envolvendo diretamente a atuação do Governo Federal. Geralmente se pega como ganho para o *post* o trecho de uma entrevista concedida por Lula durante aquela ocasião e a partir daí, desenvolve-se o texto. O evento, nestes casos, ocupa uma função mais ilustrativa, contextualizando o momento de fala do presidente.

Outra categoria com grande espaço dentro do Blog, condizente com a proposta da página, é a “agenda presidencial”, que, durante o período analisado, contou com 21 atualizações, ou seja, 16% do total. A idéia é permitir o acompanhamento cotidiano dos compromissos oficiais do presidente, o que contribui, de certo modo, para certa vigilância por parte da população com acesso ao recurso.

A categoria “Relacionamento com a mídia” aparece com a média de 7%, num total de 6 atualizações ao longo do mês de janeiro. Aqui, são postadas notícias referentes à divulgação de entrevistas exclusivas do presidente concedidas a veículos de imprensa e colunas em jornais. Também aqui, foram enquadrados os *posts* com posicionamento contrário a informações divulgadas na mídia, sobretudo no que se refere à edição de falas do presidente, o que, segundo a equipe do Governo, geraria um entendimento equivocado entre a população. Assim, a Presidência se utiliza do espaço do Blog, enquanto canal direto com a sociedade, para apresentar a sua versão, em paralelo ao que foi noticiado na imprensa. Um exemplo é o fragmento abaixo, publicado em 15 de janeiro de 2010, onde é feita uma contestação a notícia divulgada no jornal O Globo:



Figura 10: Reprodução de *post* do Blog do Planalto

No *post* reproduzido acima, o Blog do Planalto contesta matéria publicada no jornal O Globo, onde, segundo o Governo, a fala do presidente teria sido distorcida. Em oposição ao que havia sido publicado naquele jornal, a página apresenta os argumentos da Presidência, inclusive oferecendo *links* para o vídeo e o áudio com o pronunciamento oficial do qual se originou o trecho da matéria.

As duas categorias finais, "Ministros" e "Depoimentos de personalidades" obtiveram igualmente o percentual médio de 4%, com cinco atualizações durante o período analisado, cada. No caso dos ministros, trata-se de *posts* divulgando a participação dessas autoridades em evento, ou sendo premiados por sua atuação à frente dos respectivos Ministérios. Mas a maior parte dos *posts* é com finalidade de divulgação interna, de participação de ministros em especiais do Blog, a exemplo do "7 anos em 7 minutos", onde eles expõem, em vídeos curtos, quais as finalidades do Ministério do qual fazem parte.

Já no segundo caso, dos depoimentos, trata-se de um recurso do que na linguagem jornalística se chama de “personagens” para matérias. Como os *posts* do Blog apresentam estrutura de texto jornalístico, o assunto é abordado a partir da valorização de pessoas que tenham algum envolvimento com a ação noticiada. No caso do Blog, o recurso foi utilizado, durante o período pesquisa, com pessoas anônimas, a exemplo de um judeu que sobreviveu ao nazismo, ou de uma dona de casa cujo município foi beneficiado por obras do Governo Federal- nestes casos, os depoimentos possuem maior carga emotiva; e com especialistas, a exemplo de um engenheiro explicando como se dá a produção do etanol a partir da cana-de-açúcar, e do sociólogo português Boaventura de Souza Santos, durante Fórum Social Mundial, em Porto Alegre (RS). Em todos os casos de uso de *posts* desta natureza, os depoimentos são exibidos em vídeo, como demonstram as reproduções abaixo:



Figura 11: Reprodução de *posts* “depoimento”, publicados no Blog do Planalto

Uma média geral das atualizações feitas por categorias pode ser melhor visualizada no gráfico abaixo:

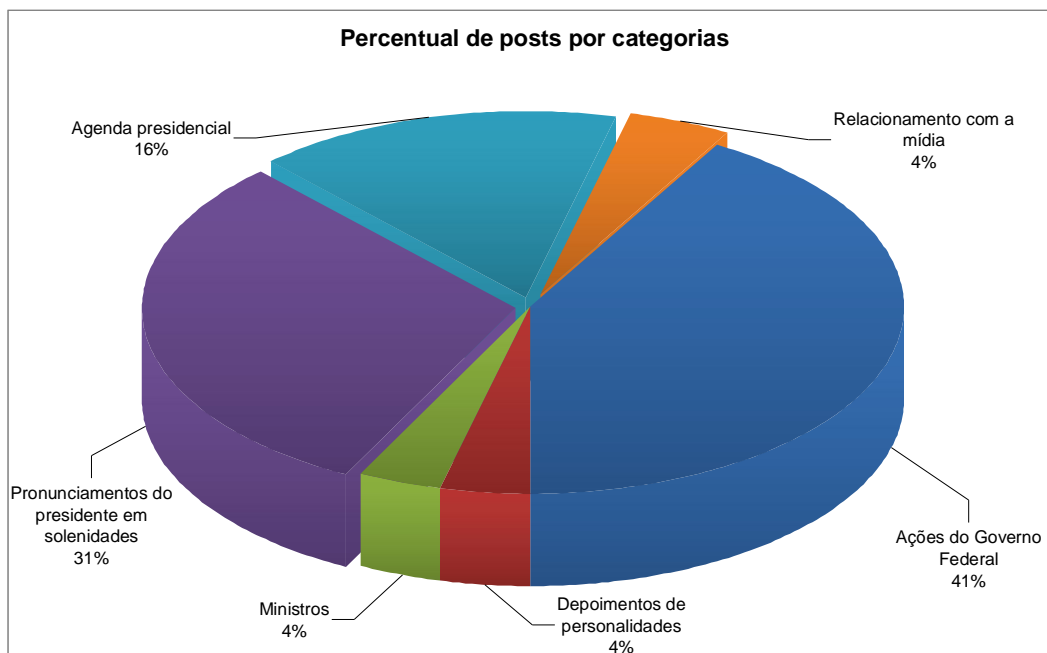


Gráfico 11: Natureza dos *posts* publicados no Blog do Planalto

Como pode ser verificado no gráfico acima, embora “ações do Governo Federal” apareça com maior destaque na média proporcional, somando-se as categorias “agenda presidencial”, “pronunciamentos” e “relacionamento com a imprensa”, tem-se um quadro diferenciado. Essa junção é possível se tomarmos como parâmetro o fato de se constituírem enquanto categorias direcionadas à valorização da imagem da figura do presidente, a partir de três vertentes distintas. Assim, somando-se os *posts* destas três categorias, tem-se uma média de 68 atualizações (51%), ultrapassando a categoria correspondente à atuação do Governo.

Sobre os recursos complementares ao texto, vídeos e áudio são utilizados abundantemente pelos administradores da página. Além de arquivos que permitem acesso a pronunciamentos do presidente na íntegra, em alguns casos o Blog oferece a opção de transmissão ao vivo de solenidades que contam com a presença do presidente Lula, em ambos os formatos. Assim como os textos, todos os vídeos e áudios publicados no Blog do Planalto ficam armazenados na página.

O Blog utiliza ainda com certa freqüência o recurso dos infográficos, geralmente para apresentar dados estatísticos e fotografias, o que torna mais leve o conteúdo na tela, contribuindo para atrair o leitor. No caso de fotografias, a página publica com certa periodicidade *posts* que funcionam como resumos das notícias correspondentes a um determinado evento ou período de tempo, em formato de imagem. Na maior parte dos casos verificados, essas fotos retratam diretamente a figura do presidente da República. Abaixo,

reprodução dos *posts* com uso, respectivamente, de fotografias e infográfico para texto principal da página:



Figura 12: Reprodução dos posts “A semana em imagens” e “Exportações superam a marca de US\$150 bilhões em 2009”

c) Quanto aos canais de participação:

Se os recursos oferecidos para publicação de informações sobre a atuação presidencial e as ações do Governo Federal, de modo geral, são apropriados com rigor e explorados de diferentes formas pela administração da página, no caso dos canais disponibilizados para que a população estabeleça interação com a Presidência de forma ativa através do Blog, são muitas as limitações verificadas, conforme será exposto neste momento.

Em linhas gerais, os canais de participação disponibilizados pelo Blog do Planalto são: “opine” (enquete), “vote aqui”, para avaliar *posts*, contato por e-mail e “críticas e sugestões”. Uma das características mais comuns aos Blogs, o recurso dos comentários, não é disponibilizado pelo Blog do Planalto. Nestes dois últimos pontos, em especial, cabem alguns questionamentos.

Como discutido no capítulo anterior, a natureza do Blog, enquanto canal de web 2.0, rompe com a estrutura dos *websites* tradicionais ao permitir facilidade na construção e alimentação de páginas sem necessidade de domínio da linguagem HTML e, sobretudo, caracterizar-se enquanto estrutura descentralizada de disposição de conteúdos, podendo ser apropriado enquanto espaço para construção coletiva. Aplicado ao universo das questões públicas, essas possibilidades ganham um peso ainda maior, ao contribuir para que sejam vislumbrados novos horizontes nas relações entre Estado e sociedade.

Isso implica o oferecimento, por parte do governo, de mecanismos capazes de fomentar a participação do usuário, questionando, tirando dúvidas, fazendo perguntas, divulgando também informações, enfim, estabelecendo uma relação dialógica com a administração pública através da página na internet.

A impossibilidade de postar comentários foi justificada pela equipe administradora já na ocasião de lançamento da página, texto disponível no campo “Perguntas e respostas”, na barra horizontal superior da página.



O Blog do Planalto terá área para comentários?

Não. A princípio, o Blog do Planalto não terá área de comentários. Há dificuldades práticas para administrar essa interatividade.

Como se dará a interação entre o público e o Blog do Planalto?

Estamos estudando algumas formas, como enquetes e relacionamento com outros blogs, e vamos implementar na medida em que o projeto for se consolidando.

Figura 13: Reprodução do “Perguntas e respostas”, Blog do Planalto

Como verificado no texto reproduzido acima, a impossibilidade de os internautas postarem comentários no Blog se dá pela dificuldade operacional, que progressivamente deveria ser sanada, com a criação de mecanismos de interatividade. Após quase um ano de atividades, poucas inovações foram verificadas na página. Tendo em vista a idéia de uso das

mídias sociais enquanto mecanismos de governo eletrônico, com linguagem mais informal e tentativa de maior aproximação com a população, a impossibilidade de se comentar as notícias postadas compromete o papel do Blog do Planalto, ao excluir uma das principais características desse tipo de mídia, podendo comprometer, conseqüentemente, a confiança do usuário em relação à página e extinguindo qualquer possibilidade de interação que possa surgir a partir deste canal.

Uma estratégia utilizada pelo Blog é a inserção de *posts* a partir de uma questão enviada por internauta, embora esta nunca seja disponibilizada na íntegra, conforme exemplifica o *post* abaixo:

O presidente responde: Amazônia, PAC e Código Penal

Na coluna desta semana, a coluna do presidente Lula trouxe questões feitas por leitores de Pernambuco, Amazonas e São Paulo, referentes ao [desmatamento na Amazônia](#), obras do [PAC](#) em estados distantes e a revisão do [Código Penal](#).

Edmir Eduardo da Silva, eletricista de Recife (PE), perguntou sobre as ações do governo contra o desmatamento na Amazônia, ao que Lula respondeu com os números do [Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais \(Inpe\)](#), que mostram uma drástica redução na destruição da floresta. Segundo os dados, nos últimos 12 meses encerrados em julho, o desmatamento foi de sete mil quilômetros quadrados – a menor área nos últimos 21 anos.

Entre as iniciativas que permitiram essa redução impressionante, posso citar a [Operação Arco Verde](#), que desenvolve ações nos 43 municípios que respondem por 55% de todo o desmatamento, por meio de regularização fundiária, regularização ambiental, pactos pelo fim do desmatamento, apoio ao manejo florestal sustentável, educação ambiental, crédito do Banco do Brasil e Basa, apoio da Embrapa, etc.

Quanto às “críticas e sugestões” podem ser feitas pelo leitor, mas as mesmas também não são postadas, o que inviabiliza a análise dessas informações. Em testes de *feedback* realizados com a página, foram enviados três e-mails, respectivamente com pergunta, sugestão e crítica, aos quais não foi dado retorno. Do mesmo modo, foi enviado *e-mail* diretamente ao profissional responsável pela coordenação da equipe de alimentação da página um questionário com questões abertas, em forma de entrevista, a fim de permitir maior compreensão sobre a dinâmica interna de alimentação da página, bem como algumas questões específicas sobre as ferramentas de participação na página. Também não houve resposta.

5.6. APROXIMAÇÕES E ESPECIFICIDADES NOS TRÊS CASOS

Refletindo a experiência das três páginas de mídia social examinadas por esta pesquisa, cabem agora algumas considerações na tentativa de se estabelecer comparações entre os três casos, respondendo assim, aos objetivos propostos pela pesquisa.

A primeira consideração diz respeito aos conteúdos publicados nas páginas. No caso dos Blogs Lei Rouanet e Planalto, até mesmo pelo perfil da própria mídia, os textos publicados partem de equipes de assessoria de comunicação, seguindo estrutura jornalística e, em geral, com informações publicadas também em outras mídias do Governo Federal, inclusive nos próprios portais. Assim, entende-se que, no caso do Blog do Planalto, o objetivo de observar a Presidência por um ângulo diferenciado, não se efetivou até o momento, uma vez que tanto os temas quanto os próprios textos apresentam perfil de *release*⁶⁰, não se diferenciando de publicações disponíveis em outros canais. No caso do Blog Lei Rouanet, foi identificada situação semelhante, com *posts* em formato jornalístico, embora isso não seja visto como prejudicial à forma como o cidadão tem acesso às informações através da página.

Nesse aspecto, o Ministério da Saúde apresenta diferenciações, também como consequência das características da mídia utilizada. O Orkut é uma ferramenta com perfil mais social, de interações entre indivíduos, do que de publicação de textos mais longos. Por isso mesmo, as mensagens são chamadas de recados. Do mesmo modo, esses recados devem partir prioritariamente dos cidadãos e não do próprio Governo, diferentemente do que ocorre com os Blogs, onde apenas os administradores podem postar conteúdos e as postagens dos cidadãos se restringem aos comentários.

Uma segunda nota comparativa se refere aos canais de participação ofertados, ou seja, aos padrões de oportunidades oferecidos através das páginas para que a população se interesse pelas questões públicas. O Blog do Planalto ainda não apresenta de modo substancial ferramentas para esta finalidade, replicando, nesse sentido, a lógica dos portais em produção de conteúdos em mão única e sendo a população apenas audiência das informações emitidas pelo Governo. Enquetes, *e-mail*, espaço para sugestões e críticas não são suficientes, uma vez que os mesmos não são publicados, não sendo possível avaliar a intensidade de interação dos cidadãos com a Presidência e entre eles mesmos, por meio daquele ambiente.

Neste ponto o Blog Lei Rouanet apresenta avanços, uma vez que o cidadão tem condições de se manifestar, tendo as chances de dialogar diretamente com o Governo. O

⁶⁰ Releases são textos produzidos por assessores de imprensa para fins de publicação em veículos de comunicação, além dos canais próprios de divulgação, a exemplo dos *sites* e mídias sociais.

Orkut do Ministério da Saúde, no quesito abertura à participação, é que apresenta maior exposição, novamente pelo perfil da própria ferramenta, cujo objetivo é funcionar como um espaço onde os internautas possam publicar suas manifestações. O envio de conteúdos pelo Orkut da Saúde inclui também vídeos e fotos, como visto anteriormente, o que pode motivar os cidadãos a continuar interagindo com a página.

Uma terceira comparação diz respeito à possibilidade de acesso a documentos oficiais. O Blog do Planalto não disponibiliza *download* de arquivos, ao contrário do Blog Lei Rouanet, o que deve ser observado ao se pensar a oferta de conteúdos capazes de munir os cidadãos de informações mais aprofundadas sobre o Governo. No caso do Orkut, a ferramenta, por suas especificidades, não permite que o Ministério expanda esse trabalho. No entanto, a equipe administradora parece se colocar à disposição para indicação e emissão de documentos solicitados pelos internautas, o que pode ser observado pelas mensagens publicadas no perfil.

Um quarto aspecto comparativo, ainda falando em participação, refere-se à relação entre quantidade de postagens e a participação política. No Blog do Planalto, esse ponto não pode ser observado, uma vez que não é possível ter acesso à visão dos cidadãos naquele espaço. No caso da Saúde, o que se observa é uma grande quantidade de mensagens postadas, mas sem aprofundamento político. Ao contrário, a página parece se mostrar muito mais como um meio de interação social, ponto de encontro entre sociedade e Estado, e entre os próprios entes da sociedade, sem discussões mais aprofundadas.

Já o Blog Lei Rouanet parece apresentar um perfil diferenciado, uma vez que é possível verificar um maior nível de discussão sobre as questões tratadas na página, o que se associa, inclusive, ao próprio perfil de público de interesse da página- agentes do setor cultural- como fica claro pela identificação dos sujeitos que publicam seus comentários na página.

No entanto, nem mesmo no Lei Rouanet é possível detectar níveis mais aprofundados de debate, restringindo-se a poucos comentários que, num dado momento, se encerram. As ferramentas, portanto, não têm ainda seu potencial participativo explorado em intensidade, nem pela administração pública nem pelos cidadãos.

Retornando-se aos objetivos apontados por esta pesquisa, verificou-se, portanto, não haver uma padronização das ações digitais em mídia social postas em prática pelo Poder Executivo Federal. Ao contrário, e conforme exposto ao longo deste capítulo, há diferenciações consideráveis, sobretudo ao se pensar as possibilidades de participação ofertadas pelas mídias investigadas. Do mesmo modo, não foram verificadas, desde a

pesquisa exploratória até a análise por meio de navegação orientada, significativas alterações nos perfis, em termos de ferramentas disponibilizadas, linguagem dos *posts*, e níveis de envolvimento dos próprios cidadãos. A repercussão das páginas, por sua vez, também apresenta distinções entre os três casos, não podendo ser verificada no Blog do Planalto.

É preciso fazer a ressalva, no entanto, sobre os níveis de sofisticação que podem ser oferecidos por uma mídia social em relação a um *website*. Nas mídias sociais, as interfaces são mais simples, o que, se por um lado, facilita o manuseio da ferramenta, por outro delimita suas possibilidades de oferta de alguns recursos presentes em portais com linguagem HTML. O grande diferencial esperado pelas mídias sociais não está nesse ponto, mas na possibilidade de se estabelecer uma nova lógica de interação, onde os cidadãos tenham maior liberdade e condições de acesso aos agentes públicos.

A partir das três experiências investigadas, observaram-se propriedades diferenciadas em termos de quantidade, qualidade e profundidade das questões tratadas, o que inclui também a apropriação pelos cidadãos, mas muito mais pelo Governo enquanto instância que propõe o relacionamento digital naqueles espaços.

Contudo, é preciso reconhecer a iniciativa do Governo Federal em desenvolver projetos como os perfis nas mídias sociais, o que demanda esforço para se pensar as formas de disponibilização de conteúdos e de interação, pessoal qualificado para administração dos canais e acompanhamento permanente das páginas. Do mesmo modo como as mídias sociais são ainda um campo de pesquisa embrionário, as experiências implementadas podem ser vistas como em um estágio inicial de desenvolvimento, reconhecendo-se a dificuldade de operacionalização de iniciativas como as analisadas, tanto pelo Estado quanto pela própria sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação tratou de questões envolvendo as relações entre Estado e sociedade na contemporaneidade no Brasil, tendo a Internet enquanto elemento diferencial em relação a etapas posteriores de interação e envolta em um momento de transformações desse ambiente digital. O elemento central aqui abordado foi a inserção das mídias sociais enquanto recursos complementares para fins de aproximação entre as duas instâncias, por meio de um possível aumento da transparência, prestação de contas por parte do governo, publicização de suas ações e, sobretudo, da geração de novos canais de *input* que estimulem a participação política dos cidadãos.

Consoante com esse cenário, a proposta do trabalho foi examinar, a partir de uma experiência empírica, de que maneira o Governo Federal no Brasil vêm se apropriando das mídias sociais para ampliar as chances de mobilização dos cidadãos, chamando-os à discussão sobre as questões públicas, em interação direta com os agentes públicos, ou profissionais que os representem, fazendo-se aqui alusão aos administradores das páginas analisadas.

Em um primeiro momento, procurou-se traçar uma contextualização sobre o debate em torno do potencial participativo da internet, através da apresentação de perspectivas otimistas e céticas em relação às possibilidades ofertadas pelo meio, para, em seguida, abordar-se mais diretamente implicações do uso do meio digital no universo das relações políticas. Diante disso, alguns elementos considerados relevantes para se pensar a temática aqui estudada e referentes diretamente à participação foram apontados.

Do lado do governo, essas considerações dizem respeito, em linhas gerais, a questões como a dificuldade de compatibilidade entre o ritmo acelerado das TIC e a lenta burocracia da administração pública (NOGUEIRA, 2004); ao quadro geral de acesso à internet no país, ainda com sérias desigualdades, ao se concentrar entre os jovens, na região Sudeste, com nível superior e renda elevada (CGI.br, 2010); e à exploração ainda restrita das potencialidades do meio pelos agentes e administração pública, com modelos de comunicação digital ainda muito mais concentrados na publicidade, na divulgação de ações e na defesa de uma imagem institucional ou política, do que no aprimoramento dos canais de participação digital.

Do lado da sociedade civil, a discussão sobre participação política por intermédio dos espaços digitais deve ser antecedida pela compreensão em torno de fatores históricos do país que não podem ser solucionados exclusivamente pelo acesso à internet. Tais fatores dizem respeito, por exemplo, ao passado colonizador de pouco investimento na educação, seguido por um Estado desenvolvimentista conservador com marcas ainda presentes (FLEURY, 2006), o que resultou num processo de dominação e apatia política, dificultando aos cidadãos o domínio de reais condições para negociação junto ao Estado e estabelecendo barreiras, já de início, à consolidação da idéia de uma democracia digital.

Essa discussão procurou levar em consideração um aspecto que, segundo a perspectiva defendida por esta pesquisa, parece central no debate e que se refere às expectativas em torno da internet para promover a tão esperada participação política e em como essa reflexão acaba por se remeter diretamente à democracia como um todo. É notória que tanto o Estado quanto a sociedade civil não conseguiram ainda se apropriar de todo o potencial oferecido pelo meio digital para um estreitamento das relações e estabelecimento de canais com níveis semelhantes de recursos para os dois lados.

Todavia, não se pode negligenciar os avanços promovidos pelo uso das TIC no relacionamento entre Estado e sociedade. Redução de custos, otimização de tempo, facilitação no acesso a informações e serviços públicos são algumas das melhorias alcançadas. Do mesmo modo, mobilizações, possibilidade de contato direto, criação de espaços de manifestação sem o controle da grande mídia, até então monopolizadora da produção de informação em larga escala, foram também avanços oriundos do uso das TIC.

De modo mais amplo, considerar esses avanços é reconhecer progressos no próprio exercício democrático, não se podendo, portanto, deixar que a dificuldade de implementação de espaços digitais que promovam a participação esconda as conquistas no campo da liberdade de expressão e luta pela preservação dos direitos inerentes ao exercício da cidadania, alcançadas também com o auxílio dos meios *online*. Prefere-se, portanto, deixar de lado os discursos ciberotimista x ciberpessimista em detrimento de uma avaliação sobre as limitações impostas ao aprimoramento da participação política nos ambientes digitais.

Posta essa discussão e apresentado o cenário de inserção da Internet no país, por meio do estudo publicado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que revela, dentre outras questões, a dimensão da participação digital em questões políticas, a dissertação adentrou no campo do Governo Eletrônico, uma vez que o processo de apropriação das mídias sociais pelo Estado brasileiro para fins de interação digital com a sociedade é visto aqui como um prosseguimento às ações tradicionais de E-Gov, realizadas através dos *websites*

institucionais. Procurou-se apresentar a compreensão que cerca o conceito, a partir de diferentes perspectivas, para, em seguida, apresentar as bases através das quais se desenvolveu o Programa de Governo Eletrônico criado pelo Governo Federal no Brasil. A compreensão sobre como se deu esse processo fez-se relevante, uma vez que o mesmo apresentou diferentes etapas, tendo tido algumas características mais ou menos exploradas em diferentes momentos, a partir das prioridades estabelecidas pelas duas administrações- FHC e Lula- com resultados também diferenciados.

De modo complementar, procedeu-se a uma abordagem sobre o Brasil no cenário mundial, a partir de classificações da ONU, o que pôde contribuir para a visualização do Programa de Governo Eletrônico no país em relação aos demais países-membros do organismo, com realidades sócio-econômicas distintas, mas avaliados pelos mesmos instrumentos. Esse, por sinal, é um ponto de merecer ser destacado, tendo em vista as disparidades que podem ser observadas entre os programas de e-gov avaliados e que podem não dar as reais dimensões do que vem sendo desenvolvido no país, embora os relatórios apontem a possibilidade de interferência dessas questões para os resultados constatados. O destaque às ferramentas de web 2.0 para a próxima edição do relatório da ONU, por sua vez, dialoga com a proposta defendida por este trabalho, de enxergar as mídias sociais como extensão das ações de e-gov já consolidadas, e que merecem ser exploradas pelos governos como forma de ampliar as condições de acesso aos agentes e instituições públicas e, sobretudo, fomentar a participação por meio de uma ampliação nos canais de comunicação em mão dupla, o que tem suas possibilidades ampliadas por essas novas mídias.

Vale salientar, em reforço ao que foi defendido ao longo do trabalho, que, embora se constituam como ferramentas digitais, as mídias sociais- assim como os *websites* e demais canais de interação *online*- são vistas aqui também enquanto processo, uma vez que, podem ser apropriadas, ao mesmo tempo, enquanto mecanismos técnicos e enquanto espaço de interação em si, podendo oferecer elementos que venham a enriquecer as relações entre governos e sociedade, quando somadas a outros requisitos, que vão além do acesso à tecnologia e que já foram mencionados nesta pesquisa.

Dando continuidade à discussão teórica, a pesquisa dedicou um capítulo às mídias sociais, tendo em vista a necessidade de compreender suas particularidades em relação a momentos anteriores de interação na rede, além das diferenciações entre essas próprias mídias. Embora se trate de um universo amplo, foram feitas considerações sobre quatro mídias sociais em especial: Blog, Twitter, YouTube e Orkut. A justificativa para tal delimitação, como exposto em momentos anteriores, deve-se ao fato de serem as ferramentas

de web 2.0 utilizadas pelo Governo Federal para comunicação digital com a sociedade, sendo necessário, portanto, antes da abordagem empírica uma reflexão sobre o papel que cada uma dessas mídias vem ocupando no universo das relações *online*.

Reconhecidos os pressupostos teóricos considerados fundamentais para a compreensão do objeto empírico estudado, partiu-se para o estudo de caso em si, através do exame de três páginas de mídia social alimentadas por órgãos do Poder Executivo Federal, quais sejam o Ministério da Cultura, Ministério da Saúde e Presidência da República, respectivamente com o Blog Lei Rouanet, Orkut Ministério da Saúde e Blog do Planalto. Também como já justificado em momentos anteriores da dissertação, a escolha pelas referidas páginas para análise levou em conta critérios relacionados à representatividade de cada uma delas no contexto geral das unidades governamentais, no que concerne às interações digitais promovidas.

Os perfis no Twitter das três instâncias, por exemplo, não foram analisados diante da dificuldade em se obter dados que permitam uma análise aprofundada sobre as relações desenhadas a partir daquele espaço, uma vez que permitem a publicação de *posts* com o limite máximo de 140 caracteres, sem recursos complementares em áudio e vídeo expostos diretamente na página, o que já indica a limitação desta mídia no sentido de promover interações mais substanciais. Além disso, a pesquisa exploratória demonstrou que os conteúdos postados no Twitter, tanto no caso da Cultura, como na Saúde e na própria Presidência, têm funcionado muito mais como uma porta de entrada para as demais páginas de mídia social, sobretudo os Blogs, sendo, inclusive, os textos reproduzidos para ambas as mídias, embora no Twitter sejam mais condensados; e com menor periodicidade de atualizações em relação às outras páginas. Assim, acreditamos que a não inserção do Twitter no conjunto dos perfis examinados não comprometeu os resultados da pesquisa.

Justificativa semelhante pode ser dada para a não inserção dos perfis no YouTube dos Ministérios da Cultura e Saúde encontrados. Enquanto mídia para compartilhamento de vídeos, esse *site* de mídia social poderia oferecer limitações para a compreensão das questões investigadas, uma vez que se restringe à publicação de vídeos, com possibilidade de comentários dos cidadãos sobre os mesmos, não tendo sido verificados debates mais amplos sobre temáticas relacionadas à área de atuação dos Ministérios. Chegou-se a essa constatação também durante a fase de pesquisa exploratória, quando foram visitados os perfis, ainda como uma fase de calibragem e verificação de elementos para posterior desenvolvimento das matrizes de análise.

Além disso, os vídeos de maior repercussão e considerados mais relevantes dentro dos assuntos postados pelo Ministério, tais como pronunciamentos, campanhas publicitárias, depoimentos, cobertura de eventos, dentre outros, foram encontrados também nos três perfis escolhidos para análise. Tanto o Orkut do Ministério da Saúde quanto o Blog Lei Rouanet e Blog do Planalto utilizam vídeos com recurso complementar ao conteúdo postado, do mesmo modo como ocorre com outros recursos, a exemplo de áudio, infográficos e documentos oficiais. Do mesmo modo que o Twitter, portanto, consideramos que a não inclusão dos perfis do YouTube na análise não comprometeu os resultados encontrados por esta pesquisa.

Aprofundando o balanço comparativo entre as três páginas estudadas e procurando-se estabelecer uma conexão com os pressupostos teóricos apresentados, alguns pontos devem ser neste momento destacados, tendo em vista as assimetrias verificadas.

No caso do Blog Lei Rouanet, do Ministério da Cultura, trata-se de um tema de interesse de um segmento específico, o que pode ser constatado pelo teor dos comentários publicados, onde, na maioria dos casos, os autores se identificam como pesquisadores e/ou profissionais do setor de Cultura, ou apresentam argumentos que permitem identificá-los como tais, pelo visível conhecimento no assunto.

Essas constatações nos induzem a acreditar num perfil mais qualificado de participação, referindo-nos aqui ao nível social e intelectual dos cidadãos que acessam a página. O próprio contexto de inclusão da Cultura no país corrobora com esse entendimento, uma vez que esta área é considerada “artigo de luxo”, diante das barreiras impostas ao consumo pela população localizada abaixo das classes A e B.

Quanto aos mecanismos de participação ofertados, a página parece, dentre os Blogs do Poder Executivo Federal observados, preocupar-se em proporcionar esses espaços, demonstrando respeito aos participantes, através do retorno rápido às questões apresentadas, organização das informações de modo a permitir fácil acesso a documentos oficiais e fontes diretas de informação, no caso dos conteúdos externos postados no Blog, dentre outros pontos. Pelo que foi observado, parece haver uma equipe de comunicadores voltada especialmente para atender às demandas da página.

O Ministério da Saúde, por sua vez, dentre as mídias verificadas na estrutura do Governo Federal, indica ser a de maior repercussão entre os usuários e com maior dinamicidade em relação à quantidade de canais de interação. Quantidade neste contexto não significa, necessariamente, qualidade, o que merece ser melhor explicado. Pelo próprio conjunto de questões que abarca o contexto social do Brasil, uma mídia social da Saúde tende a atrair maior quantidade e diversidade de interessados em participar do que temas ligados à

Cultura, para pegar um caso próximo. A própria pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2010) demonstra essa realidade, ao apontar um índice de 39% de informações sobre saúde, como sendo o percentual médio das motivações pelas quais os usuários têm utilizado a internet no Brasil, o que se associa, ainda segundo à pesquisa, ao trabalho digital desenvolvido pelo Ministério da Saúde para esclarecer a população sobre a Gripe A.

Com isso não se intenciona defender aqui qualquer espécie de relação direta entre quantidade de pessoas interessadas pelo tema e êxito da mídia social em termos de estímulo à participação, não se trata disso. O que se pretende apontar, ao contrário, é que, talvez a grande incidência de participação (em quantidade) no perfil do Orkut no Ministério da Saúde em relação ao Blog Lei Rouanet se dê justamente por aquele abordar uma temática que, teoricamente, interesse a toda a população, a Gripe A, assunto de saúde pública, o que pode ser visto como um motivador para que mais pessoas busquem um canal direto com o Governo a fim de tirar suas dúvidas ou apresentar suas questões, diferentemente da reforma da Lei Rouanet, que interessa diretamente a um público específico.

No entanto, os resultados demonstram não ser possível estabelecer uma relação direta entre a quantidade de recados postados no Orkut da Saúde e o aprofundamento do debate, ou a ampliação da participação política dos cidadãos por meios dos espaços digitais. Como exposto no capítulo 4, do total de 911 recados postados dentro de um período de um ano (maio de 2009 a maio de 2010), a grande maioria das interações (46%) se deu para sanar dúvidas ou fazer perguntas, sendo, no geral, questões mais simples, individuais e pontuais, como, por exemplo, dúvidas sobre locais onde seria possível tomar a vacina, faixa de idade, reações, dentre outras. Também foi considerável, dentro do total das interações, o índice de comentários dispersivos (13%), não relacionados ao tema da página nem à área de atuação do Ministério da Saúde. Embora com percentual relativamente alto de interações dos cidadãos no perfil do Ministério, isso não significa, necessariamente, maior nível de discussões, de envolvimento dos cidadãos nas questões públicas.

Um ponto a ser ressaltado é o trabalho que vem sendo desenvolvido pela equipe de administradores da página do Ministério da Saúde. O rápido retorno às questões apresentadas pelos internautas, a disponibilização de canais complementares para esclarecimentos mais aprofundados e a busca por responder publicamente às dúvidas apresentadas demonstram um esforço por parte da equipe em ampliar as possibilidades de comunicação com a sociedade a partir daquele espaço, sendo um ponto significativo no que se refere às ações postas em prática pelo Governo para explorar as possibilidades de estímulo à participação.

Já o Blog do Planalto, dentre os três casos estudados, é que apresenta maior afastamento da idéia de construção de um espaço para produção coletiva, inerente às mídias sociais. Um primeiro ponto, e mais importante, é a impossibilidade de se avaliar o perfil e o nível de interação dos usuários na página, uma vez que não são ofertados mecanismos de participação. Nem mesmo os comentários ferramenta das mais comuns em Blogs, não são disponibilizados pela equipe administradora.

Esse é um ponto crítico ao se pensar o Blog enquanto canal direto à Presidência da República, autoridade máxima do país. A proposta de colocar a página no ar gerou expectativas, positivas, em grande parte, que foram imediatamente quebradas com o lançamento oficial, quando verificou-se a impossibilidade de os cidadãos se manifestarem publicamente e diretamente à Presidência.

Além disso, a partir da investigação realizada, o que se observou foi que a página, embora bem estruturada, promove muito mais um trabalho de valorização da imagem pública do Presidente do que um espaço onde os cidadãos possam ser incentivados a uma participação política mais densa. Como abordado no capítulo 3, Raquel Recuero (2003) aponta a personalização como marca inerente aos Blogs, uma vez que, para a autora, o autor da página dá pistas de quem ele é pelos conteúdos que posta e pela distribuição dos elementos na tela. Embora essa colocação se aplique melhor ao caso de páginas com autoria não identificada, é possível aplicá-la também ao contexto aqui examinado.

Pensando por esse lado e a partir do que foi verificado com a pesquisa, o perfil do Blog do Planalto parece ficar claro através de seus conteúdos, embora o *post* de lançamento fale em possibilidade de interação direta com a Presidência. Na prática, a página vem sendo utilizada apenas como produtora e difusora de conteúdos, sem o processo inverso de produção de conteúdos pelos cidadãos, o que enfraquece substancialmente o seu potencial.

Reconhece-se aqui a dificuldade em se administrar uma mídia desta natureza, tendo em vista os constrangimentos aos quais estaria exposto o presidente da República caso fosse permitido à população publicar comentários aos *posts*. Essa abertura poderia dar margem, por exemplo, a manifestações mais inflamadas, de cunho mais político-partidário do que de real interesse pelas questões públicas do país. É uma possibilidade.

Somado a isso, coordenar esse canal de participação exigiria maior esforço por parte da equipe administradora, com a dedicação de uma estrutura que talvez o Blog não possua e não esteja ainda preparado para implementar.

Por outro lado, pensar possibilidades de expansão à participação de modo a contribuir com o processo democrático é estar vulnerável a ganhos e também a constrangimentos, e o

risco de exposição ou de maior atenção a posicionamentos dos cidadãos não pode ser visto como uma barreira ao aprimoramento das práticas digitais de interação. Os resultados confirmam, assim, que a tecnologia, por maior potencial interativo, democrático e participativo que tenha, fica sujeita a definições de interesse político das instituições e agentes que a detém.

Pensando, então, o conjunto das três experiências analisadas e tendo em vistas as explicações apresentadas ao longo de todo o trabalho, as considerações deste trabalho se orientam no sentido de três perspectivas de reflexão:

- (1) *O uso das mídias sociais enquanto mecanismos de uma segunda etapa de governo eletrônico no Brasil têm tido seu potencial ainda pouco explorado, tanto pelo Governo quanto pela própria sociedade.* Dentre outros pontos, lembrando os argumentos de O'Reilly (2005), um dos princípios básicos da web 2.0 é a gestão do banco de dados como competência básica, o que é exigido de todos os sujeitos envolvidas. Não basta ter, portanto, habilidade com os recursos técnicos, é necessário capacidade para compor e absorver conteúdos relevantes na imensidão da rede, ampliando, assim, as possibilidades de uso desse ambiente. Se por um lado, como verificado nas três experiências, o Governo Federal ainda não desenvolveu seu potencial máximo de aplicação das páginas para estímulo à interação dos cidadãos, estes também parecem ainda não se aproveitar desses espaços com vistas a um maior envolvimento com as questões públicas;
- (2) *É difícil pensar em aprofundamento das interações pelas mídias sociais quando a realidade de acesso à internet no Brasil ainda apresenta graves distorções, sendo ainda um recurso elitizado e, nos casos de acesso à população de baixa renda, sendo alocado muito mais para uso social ou, no caso do e-gov, como paliativo ou replicação a ações e serviços realizados nos espaços físicos das administrações públicas.* Neste sentido, a pesquisa promovida por entidades como o Comitê Gestor da Internet no Brasil pode ajudar a elucidar algumas questões, ao demonstrar as contradições entre uma sociedade dita digital e as reais condições de acesso às TIC por regiões e perfis diferenciados de cidadãos;
- (3) *Por mais bem intencionados que sejam os governos e por mais sofisticados que sejam os mecanismos ofertados, a aplicação ferramental, por si só, não será capaz de superar um problema histórico de apatia à participação política.* Consoante com achados de La Due Lake e Huckfldt (1998) e com reflexões de Dagnino (2002), o problema central para o aprimoramento da arquitetura de

participação possibilitado pelas mídias sociais, com conseqüente interesse da sociedade em estabelecer diálogo com o Estado por meio dos canais digitais, continua passando pelo nível educacional dos cidadãos, o que irá determinar as condições de qualificação técnica e política necessárias a qualquer tipo de negociação cidadã junto ao Estado, inclusive via internet. Pela observação da investigação empírica, nos três casos, pode-se perceber ainda que, em geral, o nível quantitativo de participação é muito baixo. Isso pode mostrar vários caminhos a serem explorados em pesquisas posteriores. Assim, se por um lado pode indicar que a sociedade civil no Brasil é efetivamente avessa à participação, também poder-se-ia inferir que a sociedade possa estar interessada em outros aspectos da vida, que não a política. Se esse caráter de recusa à participação tem fontes históricas, o interesse por outros aspectos da vida (por exemplo, vida de artistas, futebol, violência) também pode expressar uma absoluta descrença da sociedade em relação ao Estado.

Essas considerações, no entanto, não devem ser vistas como desanimadoras, mas como sinal de reconhecimento às dificuldades que precisam ser rompidas, algumas a curto e médio prazos, outras demandando esforços mais substanciais. De todo modo, trata-se de um tema ainda recente em termos de pesquisa, com instrumentos também recentes e práticas empíricas em estágio inicial. Até mesmo a dinamicidade das TIC, com as permanentes possibilidades de mudança e oferecimento de novos recursos, deve ser considerada, o que dificulta prognósticos permanentes ou definitivos.

A simples iniciativa do Governo Federal em disponibilizar canais digitais complementares, na tentativa de explorar as potencialidades participativas das mídias sociais, e com todas as dificuldades que isso implica, já é motivo de mérito. Cabe agora, aprimorar esses canais, ampliar os espaços aos cidadãos, ao mesmo tempo em que devem ser pensadas formas de contemplar as questões anteriores ao universo *online* e que interferem nos níveis de participação aos quais os cidadãos têm condições de acessar.

Por fim, esta dissertação se processa num esforço em contribuir na abordagem de novos elementos ao debate, ao explorar uma realidade cujos caminhos ainda não podem ser apontados em definitivo, sobretudo ao se pensar o contexto nacional. Da mesma forma como a democracia não é um produto acabado em qualquer sociedade, mas um processo, mais ainda isso ocorre com uma possível e desejada democracia digital, onde os instrumentos de participação e o próprio olhar dos sujeitos em relação a esses espaços estão também em construção.

Espera-se, portanto, que os resultados aqui apresentados possam contribuir para a Administração Pública no sentido de refletir sobre a relação entre objetivos com o uso das mídias sociais e mecanismos ofertados aos cidadãos por meio desses canais. Espera-se, por fim, que este trabalho possa servir de subsídio para pesquisas futuras preocupadas com as relações *online* entre Estado e sociedade, em especial, sobre as mídias sociais enquanto mecanismo específico de interação digital.

REFERÊNCIAS:

ABREU, Júlio C. A. **Democracia, Hegemonia e Internet**: um estudo de caso sobre o Orçamento Participativo Digital. 2009. 150f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

AGGIO, Camilo. A informação política e a normalização nas Campanhas online. In: III CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: PUC-SP, 2009. Disponível em: <http://www.pucsp.br/compolitica/internas/pdfs/camiloaggio.pdf>
Acesso em 07 de janeiro de 2010.

AGUNE, R.; CARLOS, J. Governo eletrônico e novos processos de trabalho. In: In: LEVY E.; DRAGO P. (Org.). **Gestão Pública no Brasil Contemporâneo**. São Paulo: FUNDAP, 2005. 448 p.

AKUTSU, Luiz. **Portais de governo no Brasil**: accountability e democracia delegativa. In: X CONGRESO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. 2005, Santiago (Chile). **Anais eletrônicos...** Santiago: CLAD, 2005. Disponível em: <http://www.iiij.derecho.ucr.ac.cr/archivos/documentacion/inv%20otras%20entidades/CLAD/CLAD%20X/documentos/akutsu.pdf>. Acesso em 12 de dezembro de 2009.

AKUTSU, L.; PINHO, J. A. G. Sociedade da informação, accountability e democracia delegativa: investigação em portais de governo no Brasil. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, ano 36, n.5, p.723-745, set./out. 2002.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra (orgs.). **Blogs.com**: estudos sobre blogs e Comunicação. 2009. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 27- 53.

AQUINO, Maria Clara. Os blogs na web 2.0: publicação e organização coletiva de informação. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra (orgs.). **Blogs.com**: estudos sobre blogs e Comunicação. 2009. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 237-256.

BEST, Samuel J.; KRUEGER, Brian S. **Analyzing the representativeness of internet political participation**. In: *EUA: Political Behavior, 2005, vol 27, n. 2, 183-216*.

BLOOD, R. **Weblogs**: a history and perspective. 2000. Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html. Acesso em 15/12/2009

BOUTIN, Paul. **Web 2.0**: The new Internet “boom” doesn’t live up to its name. *Slate.com*, March 29, 2006. Retrieved November 17, 2006, from <http://www.slate.com/id/2138951>

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. **Sociedade da Informação no Brasil**: livro verde. Brasília, DF, 2000, 195p.

_____. Presidência da República. Comitê Executivo do Governo Eletrônico. **Proposta de Política de Governo Eletrônico para o Poder Executivo Federal**. Brasília, DF: 2000b, 18p. Disponível em: https://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/resultado_pge_sisp. Acesso em: 10 novembro 2009.

_____. Presidência da República. Comitê Executivo do Governo Eletrônico. **A política de governo eletrônico no Brasil**. Brasília, DF, 2001 8p. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/governoeletronico/index.html>>. Acesso em: 14 maio 2006.

_____. Presidência da República. Comitê Executivo do Governo Eletrônico. **2 anos de governo eletrônico: balanço de realizações e desafios futuros**. Brasília, DF, 2002. Disponível em: www.governoeletronico.gov.br/anexos/E15_90balanco_2anos_egov.pdf. Acesso em: 20 de agosto de 2009.

_____. Presidência da República. Comitê Executivo do Governo Eletrônico. **Regimento Interno do Comitê Executivo de Governo Eletrônico**. 2000. Disponível em: https://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/resultado_pge_sisp. Acesso em: 12 novembro 2009.

_____. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. (Comitê Executivo do Governo Eletrônico). **Oficinas de Planejamento Estratégico: Relatório Consolidado**. Brasília: DF, 2004b, 23 p. Disponível em <<http://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/arquivos/diretrizes-de-governo-eletronico>>.:Acesso em 29 novembro 2009

BRUNO, Fernanda. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. In: ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad, X, 2008, p.167-182.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YOUTUBE e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CAMMAERTS, Bart; AUDENHOVE, Leo. Online political debate, unbounded citizenship, and the problematic nature of a transnational public sphere. **Political communication**, 22 (2). pp. 147-162. 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução Maria Luiza Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHAHIN, Ali; CUNHA, Maria Alexandra; PINTO, Solon Lemos. **E-gov.br: a próxima revolução brasileira**. São Paulo: Prentice Hall, 2004, 400p.

CHAIA, Vera. Internet e eleições: as comunidades políticas no Orkut nas eleições de 2006. In: **LOGOS 27: Mídia e democracia**. Ano 14, 2º semestre 2007, p.127-140. Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/27/09_VERA_CHAIA.pdf. Acesso em 15 de junho de 2010.

CHANG, Ai-Mei; KANNAN, P. K. **Leveraging Web 2.0 in Government**. 2008. Disponível em: <http://www.businessofgovernment.org/pdfs/ChangReport2.pdf>

COMASSETTO, L.R. Internet, a ilusão democrática. In: CONGRESSO DA INTERCOM, XXVI., 2003, Belo Horizonte. Banco de textos. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP08_comassetto.pdf> .

CORTEZ, Natália Moura. A “**política brasileira**” no YouTube: conexões e registros intermediáticos. 2009. 116f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

DAGNINO, Evelina. Sociedade Civil, Espaços Públicos e a Construção Democrática no Brasil: Limites e Possibilidades. In: DAGNINO, Evelina (org.). **Sociedade Civil e Espaços Públicos no Brasil**. Editora Paz e Terra, São Paulo, 2002, p.279- 301.

DAHLGREN, Peter. The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. **Political Communication**, 22, 2005, p. 147–162.

DAVIS, Richard. Tecnologias de La comunicación y demomcracia: El factor internet. In: **Cuadernos de Información y Comunicación**. Universidade Complutense de Madrid, p. 9-32, 2000. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/935/93500602.pdf>. Acesso em 14 de maio de 2010.

DE ZÚÑIGA, Homero Gil; PUIG-I-ABRIL, Eulália; ROJAS, Hernando. **Weblogs, traditional sources online and political participation**: an assessment of how the internet is changing the political environment. 2009. Disponível em: <http://nms.sagepub.com/content/11/4/553.full.pdf+html>. Acesso em 10 de fevereiro de 2010.

DEIBERT, Ronald D. International Plug'n Play? Citizen Activism, the internet, and Global Public Policy. **International Studies Perspectives**, vol. I, 2000, 255-272. Disponível em: <http://www.shockandawe.us/archives/Environment/plugnplay.pdf> Acesso em 03 de março de 2010.

DINIZ, Eduardo Henrique; BARBOSA, Alexandre; JUNQUEIRA, Álvaro Ribeiro; PRADO, Otávio. O governo eletrônico no Brasil: perspectiva histórica a partir de um modelo estruturado de análise. **Revista de Administração Pública (RAP)**, Rio de Janeiro, 43 (1), p. 23-48, jan./fev.2009.

EFIMOVA, Lilia; HENDRICK, Stephanie. **In search for a virtual settlement**: An exploration of weblog community boundaries. Telematica Institut. 2004.

ESPINOSA, H. Intersticios de sociabilidad: una autoetnografía del consumo de TIC. **Athenea Digital**, n.12, p.272- 277, 2007. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/537/53701216.pdf>. Acesso em 01 de abril de 2010.

FIRMINO, Rodrigo J.; COELHO, Rodrigo A.; CAMARGO, Azael R. Cidades digitais paulistas: entre interação e informação nos portais municipais de cidades médias. In: CUNHA, Maria Alexandra; FREY, Klaus; DUARTE, Fábio. **Governança Local e as Tecnologias de Informação e Comunicação**. Curitiba (PR): Champagnat, 2009, p.275- 301.

FISHKIN, J.S. Possibilidades Democráticas Virtuais: Perspectivas da Democracia via Internet. In: EINENBERG, José; CEPIK, Marco (Org). **Internet e Política**. Teoria e Prática da Democracia Eletrônica. Belo Horizonte, Editora UFMG. 2002.

FLEURY, Sônia. Democracia, descentralização e desenvolvimento. In: FLEURY, Sônia (org.). **Democracia, descentralização e desenvolvimento: Brasil e Espanha**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p.23-75.

GODOI, Christiane; MACHADO, Vanessa. Impactos físicos, cognitivos e sociais do uso da internet por idosos: um estudo netnográfico em redes de comunicação *online*. XXXI Encontro da Anpad. São Paulo: SP, 2009, 14p.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n.2, mar/abr, 1995, p. 57-63.

GOMES, Wilson. **Democracia digital: Que democracia?**. 2007. Disponível em: http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_ip-wilson.pdf. Acesso em 15 de junho de 2009.

_____. Internet e participação política. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008, p.293-326.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcízio. Polites 2.0: A campanha online de Barack Obama em 2008. XVIII E- COMPÓS, 2009, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: UFMG, 2009. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coLnOeHawsakx.pdf. Acesso em 14 de junho de 2009.

GRÖNLUND, Å. **Electronic Government** – Design, Applications, and Management. Hershey, PA: Idea Group. 2002

GROSSMAN, Lev. **Person of the Year: You. Yes, you. You control the Information Age.** Welcome to your world. Time, December 13, 2006. Retrieved December 17, 2006, from <http://www.time.com/time/magazine/printout/0,8816,1569514,00.html>.

JAVA, A.; SONG, X.; FININ, T.; TSENG, B. **Why we twitter: understanding microblogging usage and communities.** 2007. Disponível em: http://ebiquity.umbc.edu/file_directory/papers/369.pdf. Acesso em 15 de abril de 2010.

KUKLINSKI, Hugo Pardo. Nociones básicas alrededor de la Web 2.0. In: ROMANÍ, Cristobal; KUKLINSKI, Hugo Pardo. **Planeta web 2.0: inteligencia coletiva o médios fast food**, MÉXICO, 2007a, p.27-42.

_____. Un esbozo de ideas criticas sobre La web 2.0. In: ROMANÍ, Cristobal; KUKLINSKI, Hugo Pardo. **Planeta web 2.0: inteligencia coletiva o médios fast food**, MÉXICO, 2007b, p.89- 100.

LA DUE LAKE, Ronald; HUCKFLDT, Robert. Social capital, social networks, and political participation. In: **International Society of Political Psychology**, 1998, 567-584.

LAKATOS, Eva e MARCONI, K. A. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 1992.

LANDTSHEER, C.; KRASNOBOKA, N.; NEUNER, C. La facilidad de utilización de los "web sites" de partidos políticos. **Cuadernos de información y comunicación**. Universidad Complutense, 2000.

LEMOS, A.; CUNHA, M.; PEREIRA, S. Análise da interface gráfica dos portais governamentais das capitais e estados brasileiros. In: LEMOS, André (org.). **Cidade Digital: portais, inclusão e redes no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007, p.159-178.

LEMOS, A.; MEIRELLES, L.; MORAES, P. Análise de conteúdo dos portais governamentais. In: LEMOS, André (org.). **Cidade Digital: Portais, inclusão e redes no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007, p.113-139.

LEMOS, A; NOVAS, L. Cibercultura e tsunamis: tecnologias da comunicação móvel, blogs e mobilização social. **Revista FAMECOS**, n.26, p.29-40, Porto Alegre, PUC-RS, 2005.

LENK, K.; TRAUNMÜLLER, R. **Electronic Government: Where Are We Heading?** In: **Electronic Government, First International Conference, 2002, Aix-en-Provence, France, September 2-5, 2002**. Proceedings. pp. 1 – 9, 2002. Disponível em:

http://books.google.com.br/books?id=td7KryoVaAC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Electronic+G+overnment:+Where+Are+We+Heading%3F&source=bl&ots=L0rOn1DaRD&sig=MbFKzpanRslxcl_Q7ZMFmoFmI8Q&hl=ptBR&ei=DjNS7e4BIKMuaFho8AV&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CA8Q6AEwAQ#v=onepage&q=Electronic%20Government%3A%20Where%20Are%20We%20Heading%3F&f=false

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O que é virtual**. São Paulo, Ed.34, 2003

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. **Mídias Sociais: a cooperação humana e as tecnologias digitais conectadas**. 2009. Disponível em: <http://labsocialmedia.blogspot.com>.

LÖBLER, M; VISENTINI, M.; ESTIVALETE, V. Completamente imerso no mundo virtual: estudando o fenômeno do Orkut através da absorção cognitiva. II Encontro de Administração da Informação (EnADI). **Anais...** Recife:PE, 2009, 16p.

LÜDKE, Marli; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MAIA, Rousiley. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximação às condições da deliberação. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paullus, 2008, p.277-292.

MARLOW, Cameron A. Investment and Attention in the Weblog Community. In: **Proceedings of AAAI Symposium on Computation Approaches to Analyzing Weblogs**. Stanford: AAAI Press. 2005.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil. **Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do Estado brasileiro.** 2008. 498 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas)- Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

MEDEIROS, Paulo Henrique Ramos. **Governo Eletrônico no Brasil: Aspectos institucionais e reflexos na governança.** 2004. 315 f. Dissertação (Mestrado em Administração)- Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

MORAIS, Kátia Santos de. Mídias sociais como instrumentos de e-gov: a experiência do Governo Federal no Brasil. In: III CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: PUC-SP, 2009.

NAIL, Jim. **Influence 2.0-** An eBook on the implications of Web 2.0 for business professionals in market-facing functions. 2006. Disponível em: <http://www.cymfony.com/influence2.pdf>

NEGROPONTE, N. **A vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Um Estado para a sociedade civil: temas éticos e políticos da gestão democrática.** São Paulo: Cortez, 2004.

NORRIS, Pippa. **Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide.** Cambridge, UK: Cambridge University Press. 320 p. 2001.

O'REILLY, Tim. **What is web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Policy Brief: The e-government imperative: mains findings.** 2003. Disponível em: <http://www.oecd.org/dataoecd/60/60/2502539.pdf>. Acesso em 05 dez. 2009.

PAIVA, Claudio Cardoso de. **YouTube como vetor de modernização tecnológica e desenvolvimento social.** 2008. Disponível em: <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Claudio%20Cardoso%20de%20Paiva.pdf>. Acesso em 17 de março de 2010.

PENTEADO, Cláudio; SANTOS, Marcelo; ARAUJO, Rafael. Blogs e ação política na internet. In: II Simpósio Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). 2009, São Paulo. 15p. **Anais eletrônicos...** São Paulo: ESPM, 2009. Disponível em: <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Claudio%20Luis%20de%20Camargo%20Penteado.%20Marcelo%20Burgos%20Pimentel%20dos%20Santos%20e%20Rafael%20de%20Paula%20Aguiar%20Araujo.pdf>. Acesso em 10 de fevereiro de 2010.

Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2008. Coordenação Executiva: Alexandre Barbosa. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2009. Disponível em: <http://hal.ceptro.br/cgi-bin/indicadores-cgibr-2008?pais=brasil&estado=mg&setor-publico=setor-publico&age=de-35-a-44-anos&education=pos-lato-sensu&purpose=pesquisa-academica>. Acesso em 15 de novembro de 2009.

Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2009. Coordenação Executiva: Alexandre Barbosa. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2009/index.htm>. Acesso em 15 de abril de 2010.

PINHO, J. A. G. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro 42(3):471-93, maio/jun. 2008.

PINHO, J. A. G.; SACRAMENTO, A. R. S. Accountability: já podemos traduzi-la para o português?. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro 43(6), p.1343-1368, Nov/dez 2009.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Otávio. **Governo Eletrônico, Reforma do Estado e Transparência: o Programa de Governo Eletrônico do Brasil**. 2009. 199 f. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo)- Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2009.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compôs (Brasília), v. 9, p.1-21, 2007.

PRIMO, A.; RECUERO, R. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia**. 2003, 15p. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/hipertextocooperativo.pdf>. Acesso em 20 de fevereiro de 2010.

POSTMES, T.; BRUNSTING, S. **Collective action in the age of the internet: mass communication and online mobilization**. 2002. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=776246>. Acesso em 05 de abril de 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Meridional: Porto Alegre, RS, 2009. Disponível em: http://www.redessociais.net/cubocc_redessociais.pdf. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no twitter. **Revista Líbero**. 12 (24), p.81-94. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2009.

RIECKEN, Rinalda. **Governo Eletrônico em Administrações Locais brasileiras: avaliação de progressos, fatores intervenientes e critérios de priorização de iniciativas**. 2008. 2 v. 1076

f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)- Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

ROBALLO, José Henrique; MACHADO, A. Orkut: espaço de organização da sociedade civil? 2009, 21p. In: III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos....** São Paulo: PUC-SP, 2009. Disponível em: http://www.pucsp.br/compolitica/internas/pdfs/jose_henrique_machado_roballeoamanda.pdf Acesso em 03 de janeiro de 2010.

SERRANO; Paulo Henrique; PAIVA, Cláudio C. Critérios para a categorização de vídeos no YouTube. XXXI Congresso Intercom, Natal, 2008, 12p.

SILVA, Érica Anita; BUENO, Érica Lacerda. Internet e política: os usos do Twitter pelos vereadores de Belo Horizonte. 2009. In: III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: PUC-SP, 2009. Disponível em: <http://www.pucsp.br/compolitica/internas/pdfs/ericaanitaerikalacerda.pdf>. Acesso em 05 de janeiro de 2010

SILVA, Sivaldo Pereira da. **Estado, democracia e internet**: requisitos democráticos e dimensões analíticas para a interface digital do Estado. 2009. 421 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas)- Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

SILVA, Sivaldo Pereira; AZEVEDO, Dilvan Passos de; MORAIS, Kátia Santos de; PINTO, Danilo de Azevedo; SILVA, Silvana Moreira. Publicidade, accountability e participação nos parlamentos online da América Latina: estudo sobre seis países. In: I SEMINÁRIO NACIONAL SOCIOLOGIA E POLÍTICA, 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: UFPR, 2009. Disponível em: <http://www.humanas.ufpr.br/evento/SociologiaPolitica/GTs-ONLINE/GT3/EixoII/publicidade-accontability-Katia-Morais.pdf> . Acesso em 20 de dezembro de 2009.

SORJ, Bernardo. **Brasil@povo.com**: a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília, DF: UNESCO, 2003.

TCU (TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO). **Avaliação do Programa Governo Eletrônico**. Relator Ministro Valmir Campelo. Brasília, DF: Tribunal de Contas da União, Secretaria de Fiscalização e Avaliação de Programas do Governo, 2006, 50 p.

UNITED NATIONS. DIVISION FOR PUBLIC ECONOMICS AND PUBLIC ADMINISTRATION (DPEPA); AMERICAN SOCIETY FOR PUBLIC ADMINISTRATION (ASPA). **Benchmarking e-government: a global perspective**. 2002.

UNITED NATIONS. **E-government survey 2008**: from e-government to connected governance. New York, 2008.

_____. REPORT OF THE EXPERT GROUP MEETING. **E-Government Survey: Getting to the Next Level.** New York, 2009. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan035535.pdf>. Acesso em 05 jan. 2010.

VAZ, José Carlos. **Limites e Possibilidades do uso de Portais Municipais para promoção da cidadania:** a construção de um modelo de análise e avaliação. 2003. 389 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas)- Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2003.

_____. Administração pública e governança eletrônica: possibilidades e desafios para a tecnologia da informação. In: CUNHA, Maria Alexandra; FREY, Klaus; DUARTE, Fábio (orgs.). **Governança Local e as tecnologias de Informação e Comunicação.** Curitiba: Champagnat, 2009, p.195-206.

WILD, David. **The Blogging Revolution:** Government in the Age of Web 2.0. 2007. Disponível em: <http://www.businessofgovernment.org/pdfs/WyldReportBlog.pdf>. Acesso em 10 de janeiro de 2010.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2007.

WORD BANK. **E-government.** Definition of E-Government. Disponível em: <http://go.worldbank.org/M1JHE0Z280>. Acesso em 10 jan. 2010.

<http://www.governoeletronico.gov.br>. Acesso em 15 de abril de 2010.

<http://www.pontomidia.com.br/raquel>. Acesso em 20 de março de 2010.

APÊNDICE A - Quadro-síntese das mídias sociais no Poder Executivo Federal (Junho/2009)

MINISTERIO	TWITTER	BLOG	ORKUT	YOUTUBE
Cultura (11)	http://twitter.com/culturagovbr FBN: http://twitter.com/fbn Iphan: http://twitter.com/IphanGovBr MinC Nordeste: http://twitter.com/mincnordeste	Lei Rouanet: http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/ Diversidade Cultural: http://blogs.cultura.gov.br/diversidade_cultura Pró-leitura: http://blogs.cultura.gov.br/pro-leitura/ Ano da França no Brasil: http://anodafrancaobrasil.cultura.gov.br/ Sistema Nacional de Cultura: http://blogs.cultura.gov.br/snc/ II Conferência Nacional de Cultura: http://blogs.cultura.gov.br/cnc/ Plano Nacional de Cultura: http://blogs.cultura.gov.br/pnc/		
Saúde (3)	http://twitter.com/minsaude Gripe Suína: http://twitter.com/msinfluenza/status/1926601116		Gripe Suína: https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=orkut&hl .	Gripe Suína: http://www.youtube.com/user/msgripesuina
Fazenda (2)	Receita Federal: http://twitter.com/PortalRFB Serpro: http://twitter.com/SERPRO/status/1860238233			
Trabalho e Emprego (1)	http://twitter.com/TrabalhoGovBr			
Minas e	Petrobrás: http://twitter.com/blogpetrobra			

Energia (1)	s			
Comunicação (1)	Agência Brasil: http://twitter.com/agenciabrasil			