

COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA INTERNET E CIDADANIA

VIVIAN DUARTE DA SILVA¹

Resumo

Este trabalho considera a Comunicação Pública na internet uma possibilidade de exercício e busca da cidadania. Neste contexto, podemos refletir sobre qual é a postura do Estado diante dessa possibilidade e suas participações nessas mídias digitais. Para tanto, será realizado um estudo bibliográfico sobre a possibilidade de associação da comunicação pública e a internet como forma de pensar a cidadania. Além disso, no intuito de responder ao questionamento proposto, o estudo usará como recorte a *fanpage* do Portal Brasil no Facebook, com a Análise de Conteúdo de seis dias de publicações. Como resultado, percebe-se que as divulgações das realizações governamentais são predominantes ao conteúdo sobre direitos, discussões e incentivos relacionados à cidadania.

Palavras-chave: Estado; público; digital; cidadão.

1. Introdução

Com o olhar na sociedade brasileira que possui indivíduos cada vez mais conectados, vemos na Comunicação Pública na internet uma possibilidade de se tornar um gatilho de busca pela cidadania. Se o interesse público é construído por meio de conhecimento e discussões das necessidades do bem comum, as mídias digitais são um meio de concretizar a troca de informações sem barreiras físicas ou amarras comerciais e institucionais que possam intimidar ou suprimir este tipo de comunicação. Neste contexto, podemos refletir sobre a postura do Estado e seu conteúdo sobre cidadania em um de seus canais digitais. Quais os elementos da cidadania e como eles são abordados por esta comunicação pública na internet? A partir desta problemática, este estudo tem o objetivo de analisar as possíveis iniciativas de promoção da cidadania da comunicação pública no ciberespaço e avaliar se o conteúdo das publicações é de interesse público, conforme as teorias que serão apresentadas.

2. Comunicação Pública e Cidadania

Para iniciar esta reflexão, este trabalho considera como conceito de comunicação pública sendo um meio para a discussão da cidadania e do interesse público. Heloíza Matos (DUARTE, 2009) afirma que a comunicação pública é uma ação coletiva sobre questões de interesse público com o objetivo de tomar decisões consensuais para benefício mútuo. Já Elizabeth Pazito Brandão (DUARTE, 2009) fala que a comunicação pública é um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.

Comunicação Pública é toda comunicação sobre bens, serviços, agentes, planos, po-

¹ Mestranda do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Orientador: Prof. Dr. Tiago Mainieri. E-mail: sduarte.vivian@gmail.com

líticas, ações, ideias, causas, atitudes e comportamentos públicos, no que tem de propriedade, uso, interesse, utilidade, relevância e prioridade públicos, para a garantia e a promoção de liberdades e direitos dos indivíduos vivendo em sociedade. Noutras palavras: toda comunicação sobre assuntos tornados ou tornáveis públicos, dado que tiveram, tem ou terão relação com a vida prática (ou conceitual) em sociedade, com o intuito de implantar e ampliar o exercício individual e coletivo da cidadania. (NOBRE, 2008, p.10).

Marcia Duarte (DUARTE, 2009) aprofunda ainda mais este relacionamento comunicação e cidadania ressaltando que são conceitos interligados, cujo crescimento e aperfeiçoamento reforçam a existência mútua.

A comunicação deve ser plena a tal ponto que possa oferecer ao cidadão condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma, emancipar-se e compreender-se, de modo a fomentar uma capacidade de organização e mobilização dos sujeitos que consistirá, em última instância, na concretização de uma cidadania ativa, fruto do aprendizado, da produção coletiva dos saberes, capaz de romper formas de exclusão e opressão e encontrar caminho e modelos próprios de organização da vida coletiva. (DUARTE, 2009, p.113).

Neste sentido, Franca Faccioli (NOBRE, 2008) vai além e entende que a comunicação pública é aquela destinada ao cidadão em sua coletividade e a coloca como ‘comunicação de serviço’ que o Estado ativa, com o objetivo de garantir a implantação do direito à informação, à transparência, ao acesso e à participação na definição das políticas públicas e, assim com a finalidade de realizar uma ampliação dos espaços da democracia. Por isso, vemos que o objetivo da comunicação pública de informar o indivíduo está diretamente relacionado às engrenagens da democracia, pois é a ponte do relacionamento de cidadãos e governo.

A partir dessas leituras, consideramos surgimento do tripé formado pela comunicação pública, cidadania e democracia que geram um ciclo de interdependência para a eficácia de seu funcionamento. As pessoas precisam ser informadas sobre seus direitos, como buscá-los, discutir em suas comunidades os interesses comuns, mostrar suas necessidades e buscar meios para garantir a igualdade e execução dos direitos. Na comunicação pública, o interesse público e o bem comum devem estar acima de qualquer interesse institucional. E só se conhece as necessidades, o que é esse interesse público por meio de interações com os cidadãos.

A restauração da democracia e o consequente crescimento de novas formas de vivências democráticas despertaram a necessidade de informação voltada para a construção da cidadania. A própria noção de cidadania sofre mudança e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação. A comunicação é hoje um ator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público. (DUARTE, 2009, p. 10).

Assim vemos que o fluxo de relações comunicativas entre Estado e sociedade deve ser dire-

cionado para a construção de uma cidadania democrática colaborativa e participativa. E para exercer a cidadania, o indivíduo deve ao menos conhecer seus direitos, discutir com seus pares sobre quem deve fornecê-los e como deve exercê-los.

Podemos interpretar a realidade da cidadania como um conjunto de direitos e deveres, promovidos e defendidos pelo Estado para a convivência em uma sociedade sob a plataforma da democracia.

Ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é em resumo, ter direitos civis. É também participar no destino da sociedade, votar, ser votado, ter direitos políticos. Os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aqueles que garantem a participação do indivíduo na riqueza coletiva: o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, a uma velhice tranquila. Exercer a cidadania plena é ter direitos civis, políticos e sociais, fruto de um longo processo histórico que levou a sociedade ocidental a conquistar parte desses direitos. (PINSKY, 2003, p.32).

Neste sentido, segundo Bobbio (1992) para que haja uma afirmação dos direitos do homem é necessário que o cidadão saia da postura de súdito em relação ao Estado e coloque seus pontos de vista como sendo direitos do soberano.

Os direitos do homem, por mais fundamentais que sejam, são direitos históricos, ou seja, nascidos em certas circunstâncias, caracterizadas por lutas em defesa de novas liberdades contra velhos poderes, e nascidos de modo gradual, não todos de uma vez e nem de uma vez por todas. (BOBBIO, 1992, p. 5).

Do ponto de vista brasileiro, verificamos que Carvalho (2002) conceitua a cidadania plena, retoma as várias dimensões da cidadania e afirma que algumas podem estar presentes sem as outras.

Uma cidadania plena, que combine liberdade, participação e igualdade para todos, é um ideal desenvolvido no Ocidente e talvez inatingível. Mas ele tem servido de parâmetro para o julgamento da qualidade da cidadania em cada país e em cada momento histórico. Tornou-se costume desdobrar a cidadania em direitos civis, políticos e sociais. O cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos. Cidadãos incompletos seriam os que possuísem apenas alguns dos direitos. Os que não se beneficiassem de nenhum dos direitos seriam não-cidadãos. (CARVALHO, 2002, p. 9).

Considerando a história do Brasil, conforme os estudos de Carvalho (2002), muitos dos direitos dos cidadãos brasileiros foram doados conforme os interesses do Estado e não conquistados por meio de discussões nas esferas públicas e por lutas de grupos sociais. Não houve uma formação educativa do cidadão assim como em outros países. De acordo com o autor, tivemos uma cidadania passiva e receptora antes que ativa e reivindicadora.

Pensando nos direitos públicos de uma forma ampla e entendendo que a sociedade e suas necessidades estão em constante mutação podemos ver a importância de formar um tipo de cidadão questionador e que saiba reconhecer e buscar seus direitos, além de ouvir para entender o interesse público. Pierre Zémor (apud: DUARTE, 2009) fala que a legitimidade da comunicação pública se determina pela legitimidade do interesse geral. Por isso, as finalidades dessa comunicação devem estar associadas às finalidades das instituições públicas que são informar, ouvir as demandas, as ex-

pectativas, as interrogações e o debate público; contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Mas para que essas ações possam ser desenvolvidas, concordamos com Novelli (DUARTE, 2009) que a prática da comunicação pública, quando conduzida de forma ética e responsável, tem a possibilidade de promover e consolidar o engajamento ativo dos cidadãos nas definições e implantações de políticas públicas.

Ou seja, para se construir uma cidadania democrática é necessária uma comunicação pública efetiva mais profunda que o processo de passagem da mensagem de um emissor para um receptor. Jorge Duarte (2009) explica que a comunicação pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público o ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.

A nova configuração do Estado democrático que vem se formando nos últimos anos desarmou a dicotomia público x privado em que, de um lado, tinha-se o Estado identificado com a esfera público com o poder político e que o que era o guardião do interesse público, de outro, o mercado identificado com o setor privado com o poder econômico e com os interesses empresariais. A formação do terceiro setor entrou como uma cunha entre os dois polos desta dicotomia, formando o que recentes denominações vêm tentando dar conta de explicar, como os conceitos de “nova esfera pública” e de “privado, porém público”. A nova democracia representativa, que nada ou pouco tem a ver com ao oikos grega, insistentemente lembrada quando o assunto é democracia e cidadão, impõe a organização estratégia dos cidadãos para que obtenham uma forma de poder mais diretamente influente na formulação de políticas públicas ou na reivindicação de seus direitos do que exprimir o voto e a eleição dos representantes políticos que frequentemente, não cuidam dos interesses desses cidadãos pelos quais foram eleitos. (DUARTE, 2009, p.30).

Isso mostra a responsabilidade do Estado e que também a comunicação pública não é feita somente pelos órgãos governamentais. Segundo Graça França Monteiro (DUARTE, 2009), a origem das informações (emissor) na comunicação pública também é feita por movimentos sociais, organizações do terceiro setor, e empresas privadas cujas ações sociais os limites dos negócios privados para alcançar cidadãos e sociedade com que se relaciona, mas, quando se relaciona com a mensagem é possível começar a perceber alguma singularidade. O que podemos concluir é que a característica principal desse tipo de informação é ser do interesse geral. Baseados nesses interesses são firmados compromissos vindos de debates, de negociações, questionamentos, trocas de experiências.

“Importa que as mensagens sejam fruto do debate público e propiciem o debate público. Por isso, a importância do termo relação utilizado por Zémor para descrever o processo de comunicação em geral” (DUARTE, 2009, p. 40). Concordamos que essa é uma relação a longo prazo já que um dos objetivos da comunicação pública, além de informar, é qualificar o cidadão para exercer seu poder de

voz nas questões que dizem respeito à coletividade.

Vemos a partir desses conceitos que as interações entre Estado, sociedade e cidadãos como forma de construção da cidadania e manutenção da democracia conforme os interesses gerais formam o vínculo social que é o objeto comunicacional teorizado por Sodré:

(...) faz-se claro o núcleo teórico da comunicação: a vinculação entre o eu e o outro, logo, a apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo), seja sob a forma do empenho ético de reequilíbrio das tensões comunitárias. Não se trata, portanto, de vinculação como mero compartilhamento de um fundo comum, resultante de uma metáfora que concebe a comunicação como um receptáculo de coisas a serem “divididas” entre os membros do grupo social. Vinculação é a radicalidade da diferenciação e aproximação entre os seres humanos (SODRÉ, 2013, p. 223).

Além disso, consideramos ainda, a partir dos conceitos citados acima que a comunicação pública também tem a característica do esforço comunicacional para uma interação simbólica utilizando transações da linguagem e dispositivos comunicacionais que geram impacto para a “produção de sentidos compartilháveis na sociedade”, conforme Braga (2006). Interpretamos também que os assuntos que fazem parte da comunicação pública podem encontrar nos dispositivos sociais ambientes para a execução de debates, discussões e busca do interesse público, já que segundo o autor, os dispositivos são formas socialmente geradas e tornadas culturalmente disponíveis como matrizes para realizações de fala específicas.

Neste ambiente, lembramo-nos do grande desafio da comunicação pública ressaltado por Mattos (DUARTE, 2009), como estipular procedimentos que garantam e preservem a liberdade de expressão, capazes ao mesmo tempo de orientar o debate a partir do interesse e da utilidade pública? Esse desafio se torna mais amplo devido ao fato do grande poder de influência dos grandes conglomerados de comunicação.

O que se verifica no Brasil é que a estrutura de comunicação formada tradicionalmente não confere ao cidadão o pleno direito à comunicação. A realidade do país compreende a concentração da propriedade dos veículos de comunicação do país compreende a concentração da propriedade dos veículos de comunicação nas mãos de poucos, em geral constituindo grupos multimídia, configurando um cenário de ausência de pluralidade de opiniões e de diversidade cultural ... (DUARTE, 2009, p. 108).

Isso quer dizer que comunicação pública, cidadania e democracia funcionam de forma mais produtiva e como ideal de comunicação se o esquema ‘receptor envia mensagem para o receptor’ for superado por interações sociais entre cidadãos, sociedade e Estado. Diante deste cenário, buscaremos no próximo tópico apontar como a comunicação pública pode se tornar inteligente e construtiva conforme estudos bibliográficos.

3. Comunicação para pensar e agir

Acreditamos que a comunicação pública sendo um espaço de interações sobre o interesse

público é a forma ideal para se pensar sobre cidadania. Mas como fazer essa comunicação de forma plena? Segundo Habermas (2012), a racionalidade presente na prática comunicativa estende-se por uma forma mais ampla. Ela indica formas diversas de argumentação, bem como diversas possibilidades de dar prosseguimento ao agir comunicativo por meio de recursos reflexivos. O autor explica que a ação orientada para um fim só pode ser designada racional quando um ator satisfaz as condições necessárias para a realização da intenção de intervir no mundo de forma bem sucedida. O autor reforça que a capacidade de fundamentação exigida para proceder a exteriorizações racionais significa que o sujeito ao qual elas podem ser atribuídas deve, ele mesmo, ter condições de apresentar fundamentos, sob circunstâncias apropriadas. Ou seja, é necessário primeiramente educar o cidadão, com o conhecimento voltado para a cidadania e incentivá-lo ao hábito do questionamento. Se pensarmos no interesse público como uma busca de direitos para o bem comum, é preciso um entendimento mútuo e consenso para estabelecer o que é esse interesse.

Uma maior medida de racionalidade cognitivamente instrumental proporciona uma maior independência em relação a limitações que o mundo circundante e contingente impõe à autoafirmação de sujeitos que agem orientados para um fim. Racionalidade comunicativa em maior medida, por sua vez, amplia o interior de uma comunidade de comunicação o espaço de ação estratégica para a coordenação não coativa de ações e a superação consensual de conflitos de ação (desde que estes remontem a dissonâncias cognitivas em sentido estrito). (...) Mas a racionalidade de pessoas não se revela explicitamente apenas na capacidade de alcançar consenso e agir de modo eficiente. Denominamos racionais os sujeitos capazes de agir e falar que na medida do possível não se enganam quanto a fatos e relações entre meio e fim. (...) Em contextos de comunicação, não chamamos de racional apenas quem faz uma asserção capaz de fundamentá-la diante de um crítico, tratando de apresentar as evidências devidas. Também é assim chamado racional quem segue uma norma vigente e se mostra capaz de justificar seu agir em face de um crítico, tratando de explicar uma situação dada à luz de expectativas comportamentais legítimas. E é chamado de racional até mesmo quem exterioriza de maneira sincera um desejo, um sentimento ou um estado de espírito, quem revela um segredo, admite ter cometido um ato qualquer etc, e então se mostra capaz de dar a um crítico a certeza dessa vivência revelada, tratando de tirar consequências práticas disso e comportar-se a partir dali de maneira consistente. (HABERMAS, 2012, p. 43-44).

Segundo o autor, pode-se dizer que as ações reguladas por normas, as autorrepresentações expressivas e as exteriorizações avaliativas servem de complemento às ações de fala constatativas, para que estas se tornem uma prática comunicativa voltada à conquista, manutenção e renovação de consenso, ante o pano de fundo do mundo da vida: um consenso baseado no reconhecimento intersubjetivo de pretensões de validade criticáveis. A racionalidade que está nessa prática revela-se no fato de que um comum acordo que se pretende alcançar por via comunicativa precisa, ao fim e ao cabo, sustentar-se sobre razões. E a racionalidade dos que participam dessa prática comunicativa pode ser mensurada segundo sua maior ou menor capacidade de fundamentar suas exteriorizações sob circunstâncias apropriadas.

Portanto, a racionalidade presente na prática comunicativa cotidiana remete à prática argumentativa como instância de apelação que possibilita dar prosseguimento ao agir comunicativo com outros meios, quando não se pode abrandar um dissenso por meio das rotinas do dia a dia, mas ainda se deve decidir sobre ele sem o emprego imediato ou estratégico da violência. Por isso, Habermas considera necessária uma teoria da argumentação capaz de explicitar devidamente esse conceito de racionalidade comunicativa, referida a um contexto sistemático de pretensões universais de validade ainda não esclarecido. Argumentação é chamada como o tipo de discurso em que os participantes tematizam pretensões de validade controversas e procuram resolvê-las ou criticá-las com argumentos.

Assim, entendemos que se houver uma formação de cidadãos capazes de argumentar e discutir de forma racional sobre cidadania e utilizando as interações da comunicação pública pode-se haver um agir comunicativo em prol de uma comunidade cidadã e democrática. Mas qual o espaço para se estabelecer uma comunicação pública ideal e racional de forma libertadora? O tópico seguinte mostrará a internet como uma opção de meio para esta comunicação ser realizada.

4. O que há de comunicacional na internet?

Para Marcia Duarte (2009), no Brasil, a estrutura midiática formada tradicionalmente não confere ao cidadão o pleno direito à comunicação. A realidade do País compreende a concentração da propriedade dos veículos de comunicação nas mãos de poucos, em geral, constituindo grupos multimídia, configurando um cenário de ausência de pluralidade de opiniões e de diversidade cultural. Esse fato nos remete aos grandes conglomerados de comunicação que dominam e estabelecem a pauta da grande mídia e que não proporcionam ao cidadão a formação de conhecimentos profundos e espaços para amplas interações e discussões. Isso porque, segundo Jorge Duarte (2009), a comunicação pública exige compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo, centralizar o processo no cidadão, tratar comunicação como um processo mais amplo que a informação, adaptação dos instrumentos às necessidades da situação comunicacional. O autor afirma que a comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão e não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável.

Nesta dinâmica de articulação de ideias e interações, concordamos com a proposta de Pierre Lévy (2000) que conceitua o ciberespaço como um novo meio de comunicação a partir da interconexão mundial dos computadores. Na visão deste autor,

O ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas, tais como a memória, o raciocínio dentre outros. Essas tecnologias intelectuais favorecem novas formas de acesso à informação, pesquisa, novos estilos de raciocínio e conhecimento. (LÉVY, 2000 p.157).

Acreditamos que por meio do ciberespaço toda a conjuntura que envolve a comunicação pú-

blica pode ser compartilhada e discutida com possibilidades de construção de redes de forma inclusiva, possibilitando novas práticas democráticas. Vemos que a internet é um conjunto de plataformas de possibilidades acessíveis e disponíveis para se construir e defender formas de cidadania. Mas para a eficácia desse processo comunicativo, os indivíduos precisam ser informados, incentivados sobre o ser cidadão e para esse início, o ciberespaço também tem papel importante no sentido de formar cidadãos que possam utilizar a rede de forma construtiva. Um ciclo em que a comunicação digital pode ser instrumento principal conforme os atores que a utilizarem.

Neste contexto, Lévy conceitua a democracia eletrônica como um encorajamento, graças às possibilidades de comunicação interativa e coletiva do ciberespaço, a expressão e a elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações por parte dos grupos diretamente afetados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e sua avaliação pelos cidadãos. O autor também afirma que o filtro por onde passam as informações e uma possível participação popular nas grandes e tradicionais mídias não existe na rede, o que não só liberta o cidadão, mas também conteúdos de todos os tipos. Isso reforça o papel orientador da comunicação pública que direciona seus assuntos em prol do cidadão. Porém, esse direcionamento pode ser mais condizente com os interesses de um Estado neoliberal do que com um Estado cidadão. Sendo a comunicação pública uma propulsora do interesse público cabe a ela desempenhar essa orientação e incentivo, mesmo que não venha das instituições governamentais. Os cidadãos e organizações devem se unir para propor ações que façam esse meio comunicativo um promotor da cidadania.

(...) uma política voluntarista da parte dos poderes públicos, de coletividades locais, de associações de cidadãos e de grupos de empresários pode colocar o ciberespaço a serviço do desenvolvimento de regiões desfavorecidas explorando ao máximo seu potencial de inteligência coletiva: valorização das competências locais, organização das complementaridades entre recursos e projetos, trocas de saberes e de experiências, redes de ajuda mútua, maior participação da população nas decisões políticas etc. (LÉVY, 2000 p.185).

Essa realidade de possibilitar uma estrutura comunicacional no Brasil para o conhecimento, alcance e exercício da cidadania de forma igualitária é algo que as propriedades de abrangência e compartilhamento que as plataformas digitais podem proporcionar, apesar de existirem desafios. Jorge Duarte alerta que o acesso às novas tecnologias não está necessariamente vinculado a uma política de comunicação voltada para o cidadão e o atendimento de suas necessidades. Isso se explica para Ana Maria Campos (2009) no fato de que só economicamente os mais fortes têm seus direitos representados nos órgãos do governo. E afirma que os membros das classes média e baixa não têm acesso às decisões e não participam da avaliação de uma instituição pública, eles são considerados clientes tutelados, os serviços públicos prestados a essas classes são vistos como caridade pública.

Por outro lado, Canclini (2006) ressalta o crescimento das tecnologias audiovisuais de comunicação e o desenvolvimento do público e o exercício da cidadania. Mas estes mesmos meios

eletrônicos que fizeram irromper as massas populares na esfera pública também foram deslocando o desempenho da cidadania às práticas de consumo.

Foram estabelecidas outras maneiras de se informar, de entender as comunidades a que se pertence, de conceber e exercer os direitos. E se as instituições cidadãs não disponibilizam os serviços, justiça ou até atendimento o público recorre aos meios de comunicação de massa mesmo que não haja o resultado esperado, mas a dinâmica do processo comunicacional e sua visibilidade atrai as pessoas. Só através da reconquista criativa dos espaços públicos, do interesse pelo público, o consumo poderá ser um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e agir significativa e renovadamente na vida social. Vincular o consumo com a cidadania requer ensaiar um reposicionamento do mercado na sociedade, tentar a reconquista imaginativa dos espaços públicos, do interesse pelo público (CANCLINI, 2006, p. 95).

Com essas leituras, entendemos que a discussão, a troca de informações e experiências, a construção de conhecimentos por meio de questionamentos são interações que podem promover um pensamento cidadão por meio da internet, por isso, a vemos como uma oportunidade de propagação do ideal da cidadania plena. Ou seja, mesmo que se conquiste a cidadania por meio do consumo, quer seja pela falta do Estado, quer seja por uma questão de status, este fato deve ser visto como interesse público de forma aberta e acessível.

Diante deste cenário caberá aos cidadãos criar alternativas de comunicação pública aproveitando as características descomprometidas e de grande amplitude do ciberespaço para dar voz a seus interesses, compartilhar experiências, buscar inclusões de determinados grupos e fomentar apoio e compromisso da sociedade. Essa visão é confirmada por Lévy que vê a rede como um meio para encorajar uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros. Dessa forma, a internet propicia também as interações que são fundamentais para a realização da comunicação pública.

5. Metodologia

Diante dessas teorias, foi feito um estudo empírico, com o intuito de responder à problemática levantada por este trabalho, sobre os possíveis elementos da cidadania e como eles são abordados por esta comunicação pública na internet. Para tanto, foi escolhida a página do Portal Brasil no Facebook, lançada em 2013, e que possui mais de 980.000 seguidores, onde são postadas notícias e serviços relacionados ao governo federal. Segundo o site, o Portal Brasil se propõe a ser um agregador de conteúdos dos ministérios e secretarias do Governo Federal com notícias diárias e serviços para os cidadãos.

Por meio do método da Análise de Conteúdo, foram analisadas as publicações de 10 a 15 de setembro de 2016, que totalizaram 46 *posts* categorizados conforme os seguintes assuntos: educação; saúde; trabalho; meio ambiente; programas sociais; ciência e tecnologia; política, economia e consumo; cultura, esporte e lazer. Essas categorias ainda foram divididas em duas subcategorias: ações relacionadas a iniciativas do governo e informações que promovam e incentivem o conhecimento de

direitos e a autonomia dos cidadãos.

Esta categorização foi baseada nos estudos de Bardin (2011) em que houve a classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e depois o reagrupamento. A partir disso, foi revelada homogeneização, tendências que levaram à reflexão sobre intenções e abordagens.

6. Resultados/Discussões

Este trabalho observou que grande parte das publicações foi relacionada à categoria ‘política, economia e consumo’. Essas notícias mostravam o atual bom desempenho das exportações e da produção de petróleo, diminuição dos preços de alguns alimentos e transmissões ao vivo de eventos políticos, o que categorizamos como ações relacionadas ao governo. Essas publicações também foram as mais “curtidas” e com reações positivas dos internautas. Assuntos sobre o meio ambiente, ciência e tecnologia também foram abordadas de forma a apresentar as realizações do governo, assim como informações sobre saúde que apresentou campanhas de vacinação, o que já foi feito contra a dengue e a continuidade do Programa Mais Médicos. Houve apenas uma publicação sobre programas sociais que também se referiu à continuidade do Bolsa Família. Destacamos a notícia mais compartilhada (67 compartilhamentos) pelos internautas que foi sobre o Satélite Geoestacionário de Defesa e Comunicações Estratégicas (SGDC) que entrou em fase final de testes, foi construído na França, com investimentos de R\$ 1,7 bilhão, e, segundo a divulgação, o equipamento garantirá a comunicação segura ao governo e levará banda larga para todo o País.

Nos itens sobre trabalho e educação, identificamos informações para o conhecimento sobre os direitos e incentivo ao recebimento do Abono do PIS/PASEP, a comemoração e a história dos 50 anos do FGTS, o pagamento das restituições do Imposto de Renda, a continuidade das bolsas para o PIBID – Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência, investimentos em programas de alfabetização e o incentivo para inscrições aos cursos gratuitos do Programa “Idioma sem fronteira”. Na publicação “Greve dos bancários faz MEC prorrogar prazo de documentos do FIES” não houve qualquer informação sobre qual o posicionamento do Estado com relação a esses trabalhadores ou alguma possível intervenção do governo para tentar facilitar possíveis acordos.

Outra grande parcela das publicações se referia à categoria cultura, esporte e lazer com incentivo à compra de ingressos para os jogos da paralimpíada, homenagens aos atletas e convite aos eventos e realizações culturais da Casa Brasil, ambiente projetado para ser “vitrine do país” durante os jogos olímpicos e paralímpicos.

7. Conclusões

Apesar de um processo histórico que também contou com reivindicações sociais, trabalhistas, políticas, o Brasil ainda possui um Estado que, mesmo com as propriedades interacionais da internet, centraliza sua comunicação em suas próprias realizações que não mostram a participação e o incentivo à atuação popular. Há indícios sim de informações para o conhecimento cidadão e seus direitos,

mas em uma frequência menor do que as apresentações do que faz e do “bom” desempenho do atual governo. Os próprios seguidores da página canalizam suas interações aos assuntos mais destacados e frequentes pelo governo.

Contudo, vê-se que o espaço da comunicação pública existe, a ferramenta de interação, multimídia, ágil, fácil, crescente e promissora também. Mas ainda há um longo caminho para direcionar meio, ferramentas, instrumentos a um exercício de cidadania democrático e, assim, garantir que os direitos estejam acima das realizações e interesses governamentais.

REFERÊNCIAS

- BOBBIO, N. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BRAGA, J. L. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CARVALHO, J. M. **Cidadania no Brasil**. O longo Caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- DUARTE, J. (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.
- HABERMAS, J. **Teoria do agir comunicativo**. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2012.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- NOBRE, H. H. M., NOBRE, G. **Comunicação pública e comunicação política: por uma interação entre cidadania e democracia**. Revista *Organicom*, Ano 10, N. 19, 2o sem. 2013, p.16-26.
- PINSKY, J. PINSKY, C. (Orgs.). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.
- PORTAL BRASIL. Disponível em: <<https://www.facebook.com/portalbrasil/?ref=ts&fref=ts>>. Acesso em: 16 de setembro de 2016.
- SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.