



Comunicação Pública na internet – os Estados da região Norte no ciberespaço¹

Mariana Reis MENDES²

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

Trata o conceito de Sociedade Informacional e ciberespaço, caracterizando este novo paradigma. Resgata os conceitos de democracia, participação, cidadania e esfera pública, reposicionando-os à luz da sociedade informacional. Aborda as diversas tipologias de comunicação pública e a forma como a internet contribui para sua efetivação em busca de uma sociedade mais democrática. Analisa a utilização de redes sociais com esta finalidade, em especial por parte dos governos dos Estados da região Norte. Através de breve análise quantitativa, pretende observar o comportamento destes no ciberespaço e verificar se a utilização dos recursos abertos pela internet, em especial as redes tecnossociais, tem contribuído para fundamentar os ideais democráticos ou é apenas mais uma forma de propagar e manter o *status quo*.

PALAVRAS-CHAVE: Participação política; Democracia; Redes sociais; Ciberespaço; Comunicação pública.

INTRODUÇÃO

A popularização da internet nas últimas décadas alavancou uma série de transformações socioculturais que muitos autores, dentre os quais Manuel Castells (2000, apud WERTHEIN, 2000, p. 72), denominam Sociedade da Informação. A sociedade da informação ou sociedade informacional define-se como o paradigma dominante da pós-modernidade, em que as práticas comunicativas são decisórias. Neste novo momento, o conhecimento e a informação não são apenas insumo, mas também força de produção e produto.

O ciberespaço, “meio de interação aberto pela interconexão mundial dos computadores” (Lévy, 1998, p. 42), ao facilitar o diálogo e a comunicação através da superação das barreiras de tempo e espaço, abre também novas possibilidades às práticas políticas e democráticas.

O objetivo deste trabalho não é defender o ciberespaço como substituto dos outros campos de interação humana, muito menos no que diz respeito à participação política. O interessante aqui é analisar as contribuições deste novo paradigma para as atividades mais essenciais à cidadania, como a informação, a participação e o diálogo.

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Acadêmica do Curso de Jornalismo da UFT, e-mail: maresia21@gmail.com



Como bem lembra André Lemos,

não se trata de identificar pessimistas, otimistas ou ‘realistas’ [...]. O que importa é evitar uma visão de futuro que seja utópica ou distópica e nos concentramos em uma fenomenologia do social, ou seja, nas diversas potencialidades e negatividades das tecnologias contemporâneas (LEMOS, 2003, p. 2).

Deste modo, o presente artigo tem como finalidade caracterizar este novo modelo informacional e social, citar suas potencialidades e limitações, bem como analisar de que forma tem ocorrido a apropriação destas potencialidades para a promoção da comunicação pública, como direito do cidadão brasileiro e pré-requisito à democracia.

Para tanto, verifica a presença dos Estados da região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Rondônia, Roraima, Pará e Tocantins) no ciberespaço, observando o tipo de ferramenta utilizada para a promoção da comunicação pública, além do site institucional e os meios convencionais (ouvidoria por telefone, etc).

Após identificar que recursos são utilizados por estes Estados, pretende-se realizar uma breve análise no tocante à interatividade destes perfis, verificando se é estabelecida algum tipo de comunicação dialógica entre Estado e população.

CIBERESPAÇO – A CONFIGURAÇÃO DE UM NOVO PARADIGMA SOCIAL

As novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs) apresentam à sociedade uma nova forma de organização. Esta nova configuração é tratada por cibercultura (LÉVY, 1998) ou sociedade da informação (CASTELLS, apud WERTHEIN, 2000). Apesar da diferente terminologia, os dois termos dizem respeito ao mesmo objeto de estudo, quer seja

a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram da convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 (LEMOS, 2003, p. 1).

Uma das principais características deste novo momento é a valorização do conhecimento e da informação, que passam a ser o novo símbolo de poder. O trabalho humano é deslocado da manipulação para o tratamento da informação.

Para Lévy (1998, p. 32), o ciberespaço promove, ainda, “a reconexão da humanidade consigo mesma”, ao superar barreiras de espaço e tempo, consideradas intransponíveis nos meios de comunicação tradicionais.



Esta é a característica essencial à sociedade da informação: a transposição das barreiras espaço-temporais. A possibilidade de conectar-se a partir de qualquer dispositivo, em qualquer lugar do mundo em tempo real torna o ciberespaço uma grande promessa de superação também das desigualdades sociais e da democratização da informação. Promessa esta que, apesar de inquestionável, não garante o acesso universal às vantagens da cibercultura, visto que há ainda vários outros tipos de desigualdades a serem superadas, como o analfabetismo, o baixo poder aquisitivo, etc.

Além da superação das barreiras espaço-temporais, Braga (2005, p. 125) aponta outros três pontos fundamentais do ciberespaço: a interface, a interatividade e a troca de informações.

Para Werthein (2000, p. 71), a sociedade da informação é o conjunto de transformações técnicas, organizacionais e administrativas, que têm na disponibilidade de insumos baratos de informação sua peça-chave. Ainda segundo Werthein, que cita Manuel Castells (2000), as características deste novo paradigma são as seguintes:

- 1) Informação como matéria-prima: ocorre a substituição dos insumos energéticos por informacionais, o que reduz, inclusive, os impactos ambientais.
- 2) Penetrabilidade: a penetrabilidade diz respeito à influência das NTICs nas mais diversas áreas da sociedade, conferindo à cibercultura seu caráter sinérgico e dinâmico.
- 3) Lógica de redes: a predominância da lógica de redes é característica das relações cada vez mais complexas e da interação entre diversas áreas de conhecimento.
- 4) Flexibilidade: incorpora a ideia de mudança e lança o imperativo do contínuo aperfeiçoamento intelectual e técnico.
- 5) Convergência: a cibercultura não substitui os meios de comunicação tradicionais, mas abarca-os em um único aparato tecnológico (computador, celular, etc), reforçando novamente o caráter de sinergia e ampliando o alcance das NTICs.

A partir das características acima citadas, podemos traçar algumas diferenças fundamentais entre o ciberespaço e os meios de comunicação tradicionais:

- Superação da efemeridade da informação: o conteúdo veiculado pelo ciberespaço fica disponível para o usuário por tempo indeterminado em banco de dados, o que permite a consulta quando necessário, ao contrário da televisão e do rádio, por exemplo, que têm como fundamentos o imediatismo e a instantaneidade.



- **Convergência:** consiste na assimilação das outras mídias em uma única. A internet abraça os meios de comunicação de massa como rádio, a televisão, o impresso e até mesmo os meios de comunicação interpessoal, como telefone e cartas. Através de um único aparato tecnológico (computadores, celulares, tablets, etc), o usuário tem acesso às vantagens de todas as mídias supracitadas, dependendo apenas da sua própria escolha em acessar uma ou outra.
- **Tamanho e formato:** os conteúdos veiculados por meios de comunicação tradicionais devem seguir padrões de formatação relativos ao horário, público e mídia. Já no ciberespaço, graças ao advento da convergência, o tamanho e formato dos conteúdos é variável, delimitado pelo tipo de ferramenta utilizada (blog, e-mail, etc).
- **Fluxo de informação:** nos meios tradicionais de comunicação o fluxo é unidirecional, ou seja, de um para todos. No ciberespaço o receptor pode ser também produtor de informação, emitir *feedback* com relação às mensagens que recebe, ou seja, o fluxo comunicativo pode estabelecer-se em várias direções.

Apesar das potencialidades mencionadas, é válido reafirmar que não se trata de defender a cibercultura em detrimento das possíveis exclusões que ela possa gerar. Jorge Werthein (2000, p. 73) ressalta o desafio ético deste novo paradigma, que consiste em evitar que as desigualdades já existentes se reproduzam ou tornem-se mais evidentes. A abrangência da rede não implica na acessibilidade de tudo por todos, mas justamente que o todo é algo inatingível. Seria este o paradoxo do ciberespaço, apontado por Lévy (apud SANTOS, 2004, p. 11), que é de que, quanto mais universal, menos totalizado.

Limitações à parte é fato inegável que, ao reconfigurar as relações humanas, o ciberespaço abre espaço para novas formas de organizações sociais, inclusive, a democracia.

Essa abertura de barreiras promove a conscientização libertária do indivíduo, como ressalta Lévy:

sugiro é que certas formas de organização social, em que os indivíduos são mais livres – e, portanto, mais capazes de actualizar o seu potencial – e os procedimentos e as ferramentas de cooperação intelectual são mais eficazes, têm uma “vantagem competitiva” relativamente às sociedades em que as pessoas são oprimidas (ou as singularidades abafadas) e a cooperação intelectual desencorajada ou pouco apoiada com tecnologia (LÉVY, 2002, p. 17-18).



DEMOCRACIA, PARTICIPAÇÃO E CIDADANIA NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Segundo o Glossário de Comunicação e Cidadania, organizado por Jorge Duarte, “democracia é um processo de convivência social em que o poder emana do povo, há de ser exercido, direta ou indiretamente, pelo povo e em proveito do povo” (SILVA, 2007, p. 126 apud DUARTE, 2008, p. 17). Neste sentido, os processos decisivos e deliberativos devem partir da coletividade, prevalecendo a opinião da maioria.

Deste modo, para que haja democracia, é necessária a existência de locais de debate público, onde os argumentos possam ser considerados, analisados e contrapostos, a fim de que se chegue a um consenso majoritário.

Estes locais de debate público são chamados por Habermas e outros estudiosos de “esfera pública”, que segundo Bodstein (1997, p. 3 apud DUARTE, 2008, p. 23), é o “centro da vida democrática, possibilitando tanto o exercício da *vita activa*, quanto o sentido da política, na perspectiva de construção do mundo comum”. Para Habermas, esfera pública diz respeito ao “domínio da sociedade onde a opinião pública é formada e fundada” (AGUIAR, 2006, p. 2).

Brittes (2004, p.2) atenta ainda para as características do projeto habermasiano de esfera pública, que consistem em autonomia, troca de opiniões e racionalidade comunicativa. Para a autora, “a construção de uma esfera pública, livre de constrangimentos, é o próprio motivo da existência da esfera pública habermasiana”.

Assim, o ciberespaço tem sido visto, potencialmente, como uma nova esfera pública, por tornar-se um novo espaço de participação, discussão e debate democrático, principalmente devido ao caráter de descentralização do polo de emissão e a não-hierarquização (igualdade entre emissor e receptor).

A participação, em um país de regime democrático, como o Brasil, “é um dos pilares do fortalecimento da sociedade civil” (DUARTE, 2008, p. 41). Diz respeito não apenas ao engajamento nas lutas e movimentos de reivindicação, mas também ao simples ato de debater, discutir e deliberar coletivamente.

Segundo Gomes (2005, p. 2-3), de acordo com estudos de Bucy e Gregson (2000), são requisitos básicos para a efetividade da participação democrática:



- Disponibilidade de conhecimento, informações confiáveis e corretas a fim de que o cidadão possa compreender o que se passa a seu redor e argumentar;
- Possibilidade de acesso a debates públicos em andamento, bem como de iniciar debates que julgar necessário;
- Meios e oportunidades de participar em instituições democráticas;
- Habilitação e oportunidade de comunicação da esfera civil com seus representantes.

Percebemos, portanto, que mais que disponibilidade de informação, é necessário que estejam disponíveis mecanismos de comunicação, tendo em vista que a comunicação implica diálogo, *feedback*, interação, enquanto a informação é unidirecional e não pressupõe resposta.

Outro caráter intrínseco à democracia representativa é a transparência, que segundo Serra (1999, p. 2) foi eleita desde o Iluminismo como condição necessária, embora insuficiente à democracia.

a transparência não envolve apenas um direito (passivo) – o “direito à informação” – mas também um dever (activo): o dever de cada um dos cidadãos exigir, a quem governa a coisa pública (seja qual for o nível e o domínio em que esse governo se exerce), que explique as suas acções e omissões (SERRA, 1999, p. 2).

São diversos os fatores que contribuem para que o ciberespaço seja mais uma manifestação da esfera pública, um espaço de deliberação, argumentação e participação democrática. Os mais notáveis dizem respeito à multidirecionalidade da informação, que permite o estabelecimento de diálogo entre esfera civil e pública, e à não-hierarquização da informação.

Nas discussões políticas empreendidas nos espaços públicos virtuais, como os blogs, são garantidas algumas das características que marcam a esfera pública, como o princípio da não-coerção, por exemplo. [...] A argumentação, que também é pressuposto básico da constituição da esfera pública está presente. [...] Outro elemento importante é a inexistência de uma hierarquia dentro dessa arena de discussão (AGUIAR, 2006, p. 6).

Não há aquele que seja proibido de ter voz no ciberespaço por ocupar esta ou aquela posição social ou cultural. O ciberespaço não limita o cidadão a receber e consumir informações preestabelecidas, mas permite o diálogo, o desabafo, a discussão construtiva e emancipatória, essencial à prática democrática.



COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM REQUISITO À CIDADANIA

Antes de pensar a comunicação pública, é preciso dissociar informação de comunicação. A primeira diz respeito à emissão de uma mensagem, centrada no emissor. A segunda pressupõe diálogo, interação, resposta.

Entende-se, dessa forma, que a atividade de comunicação institucional no âmbito do poder público necessitaria dessas duas abordagens simultâneas: informativa e comunicacional. Para fora, dirigindo-se a públicos heterogêneos, que inclui tanto o cidadão comum como o profissional especialista no setor. Ao adotar tal enfoque trabalha também para dentro, incentivando a participação da equipe técnica em eventos internos dirigidos para o âmbito da administração pública local (SILVA, 2003, p. 692).

Embora o conceito de comunicação pública tenha origem na comunicação governamental, vem sofrendo alterações à medida que a sociedade torna-se mais democrática e exigente. Assim, atualmente, entende-se que:

a Comunicação Pública ocorre no espaço formado [...] pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (DUARTE, 2006, p. 2).

Embora seja comum confundirmos comunicação pública com comunicação governamental e política, trata-se de conceitos divergentes, embora simbióticos e complementares. Comunicação governamental diz respeito à informação sobre gestores e Estado para a sociedade. A comunicação política relaciona-se aos fluxos informativos de agentes políticos (governos, partidos e seus agentes) e têm como objetivo a conquista da opinião pública. A comunicação pública refere-se a temas de interesse público e abrange as ações governamentais, o aparato estatal, agentes políticos e a sociedade civil.

São, como se pode ver, áreas complementares, e não excludentes. No entanto, a comunicação pública é a única que coloca o “indivíduo-cidadão acima das instâncias governamentais, midiáticas, pessoas e políticas” e a que “de alguma maneira, unifica o conjunto” (DUARTE, 2006, p. 3).

Segundo Jorge Duarte (2006, p. 3-6), no tocante à comunicação pública, a informação pode ser agrupada nas seguintes categorias: institucionais, de gestão, de



utilidade pública, de prestação de contas, de interesse privado, mercadológicos e dados públicos. A escolha dos instrumentos a serem utilizados deve ter em vista a contemplação de todos os públicos de interesse, quer sejam: ambiente interno, usuários de produtos e serviços, formadores de opinião, atores sociais e políticos, imprensa e a sociedade em geral.

O autor estabelece ainda quatro pré-requisitos que devem ser atendidos pela comunicação pública:

- 1) **Transparência:** abertura à fiscalização, prestação de contas, oferta de informações;
- 2) **Acesso:** facilidade de acesso à sociedade civil, estímulo à busca de informações, adaptação aos públicos no que diz respeito à linguagem adotada, diversidade de formatos, mídias e horários;
- 3) **Interação:** criar, manter e fortalecer mecanismos de comunicação multidirecionais que favoreçam o diálogo e a colaboração, engajando o cidadão no processo político-democrático;
- 4) **Ouvidoria social:** disposição em conhecer e compreender a opinião pública para a satisfação do interesse coletivo.

Notamos que, embora a informação seja critério indispensável à participação política, a comunicação pública não se limita a informar, mas principalmente a permitir o diálogo, a interação entre sociedade civil e esfera pública.

Para Brandão (2006) pode-se entender comunicação pública como um espaço que propicia a negociação entre os interesses de todas as instâncias de poder envolvidos em determinado processo, caracterizando assim um procedimento de comunicação instaurado na esfera pública que envolve o Estado, o Governo e a sociedade (LUCATELLI e ANDRADE, 2008, p.4).

Deste modo, mais que informar, dar a conhecer, é necessário que sejam abertos canais de interação e diálogo efetivos, em que a sociedade civil veja suas necessidades atendidas ou, pelo menos, levadas em consideração.

REDES SOCIAIS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Redes sociais, segundo Wasserman e Faust (1994) e ainda Degenne e Forse (1999) apud (RECUERO, 2009, p. 24) são “conjuntos de dois elementos: atores (pessoas, instituições e grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços



sociais)”. Recuero (2004) define ainda redes sociais na internet como “sistemas que funcionam através de interação social e que podem forjar laços sociais”.

Egler (2010, p. 2), por outro lado, diferencia redes telemáticas e redes sociais (ou tecnossociais). As redes telemáticas são o suporte técnico, a infraestrutura física das redes, os programas ou plataformas utilizadas. As redes tecnossociais são as redes telemáticas dotadas de interação social, ou seja, as relações formadas pelos atores através do uso de suportes telemáticos.

Independente da terminologia adotada, no entanto, podemos entender as redes sociais como meios de virtualização das relações sociais pré-existentes, ou veículos para a criação de novas relações, exclusivamente virtuais. Vale ressaltar que, embora a intenção das redes sociais seja possibilitar a criação destes laços e interações que geram relações, isto nem sempre acontece, especialmente no que diz respeito à apropriação destes recursos para fins de comunicação pública. Para que a rede seja SOCIAL, a interação é pré-requisito indispensável.

Esta interação, segundo Beavin e Jackson (apud RECUERO, 2009, p. 31), “é sempre um processo comunicacional”. Ela diz respeito à forma como percebemos a presença do outro e como esta percepção afeta o universo individual de cada um. A interação via ciberespaço tem algumas peculiaridades provenientes do meio a que estão subordinadas, como o não envolvimento do “eu físico”, a utilização de vários tipos de linguagens (verbal e não verbal), a assincronicidade (não é necessário que dois atores estejam conectados ao mesmo tempo para que haja interação), entre outras.

Primo (2003, apud RECUERO, 2005, p. 5) define dois tipos de interação mediada por computador. A interação mútua, na qual as relações são independentes e ocorre um processo de negociação, e a interação reativa, que é determinística e tem como base processos de estímulo-resposta. O que irá determinar a estrutura de uma rede social é o resultado de interações repetidas. Desta forma, quanto mais interações mútuas, mais evidente o caráter social da rede.

A criação de perfis em redes sociais atende ao que Sibilia (apud RECUERO, 2009, p. 27) chama de imperativo da visibilidade. Este pressuposto assume que é preciso ser visto para existir, assim como “a percepção do outro é essencial para a interação humana” (DONATH, 1999, apud RECUERO, 2009, p. 27).

A apropriação do ciberespaço por meio da criação de perfis nas redes sociais pode construir ainda quatro valores, apontados por Recuero (2009). São eles:



- 1) Visibilidade: dar-se a conhecer e manter laços com quem está fisicamente distante;
- 2) Reputação: impressões que um ator social forma a respeito de outro;
- 3) Popularidade: tamanho da audiência e índice de interação;
- 4) Autoridade: capacidade de gerar conversações.

Outra vantagem das redes sociais é a fácil utilização por qualquer usuário com conhecimentos básicos de internet. Qualquer pessoa alfabetizada e com acesso à internet pode criar uma página pessoal e passar a “existir na rede”.

A facilidade de criação e manutenção das páginas, que dispensam conhecimentos sobre linguagem de programação e os recursos interativos que possibilitam a participação dos leitores através de comentários são os principais ingredientes que contribuem para o sucesso das páginas e para a constante ampliação de suas formas de utilização (AGUIAR, 2006, p. 5).

Além de possibilitar diferentes canais de comunicação pública, percebe-se que as redes sociais contribuem para a legitimação dos atores políticos ou instituições públicas perante a sociedade. Resta saber se a atual utilização destes recursos tem realmente proporcionado novas arenas discussão e interação, ou mantido a mesma lógica dos meios tradicionais, priorizando a informação em detrimento da comunicação.

A COMUNICAÇÃO PÚBLICA ON-LINE NA REGIÃO NORTE – ESTUDO DE CASO

Para analisar a utilização de redes sociais como ferramenta de comunicação pública foi selecionada como estudo de caso a presença dos governos da região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins) no ciberespaço.

Em primeiro lugar foram visitados³ todos os sítios oficiais do governo a fim de verificar quais deles disponibilizavam links para redes sociais. Dos sete sítios visitados, todos possuem perfis no Twitter, quatro no Facebook, dois no Flickr e quatro no Youtube.

A Tabela 1 mostra os sites visitados, as redes sociais citadas e os nomes de usuários utilizados nessas redes. Os nomes de usuário marcado com asterisco (*) indicam os perfis não informados na homepage, mas que foram encontrados pelos mecanismos de busca de cada rede social.

³ Análise realizada em 02 de abril de 2012.



ESTADO	SITE	TWITTER	FACEBOOK	FLICKR	YOUTUBE
Acre	http://www.ac.gov.br/wps/portal/acre/Acre/home	@noticiasdoacre		fotosdoacre	
Amapá	http://www.ap.gov.br/ama pa/site/index.jsp	@governodoamapa	govamapa	governodoamapa	governodoamapa
Amazonas	http://www.amazonas.am.gov.br/	@governoamazonas	http://www.facebook.com/pages/Governo-do-Estado-do-Amazonas/151211933004		governodoamazonas
Pará	http://www.pa.gov.br/	@GovernoPara *			agenciapara *
Rondônia	http://www.rondonia.ro.gov.br/	@GovernoRO *	governoderondonia *		
Roraima	http://www.rr.gov.br/	@roraima_gov			RoraimaGov
Tocantins	http://to.gov.br/	@secomtocantins	secomtocantins		

Tabela 1 – Sites e redes sociais

Sendo o Twitter a única ferramenta utilizada por todos os Estados, propõe-se fazer uma breve análise do comportamento destes perfis no ciberespaço, avaliando se ocorre ou não interatividade (comunicação) entre a esfera pública e a sociedade civil por meio desta rede.

Os dados da Tabela 2 foram coletados a partir da ferramenta de análise Tweetstats (www.tweetstats.com), no que diz respeito a números de *tweets*, *following*, *followers*, *replies* e *retweets*. O dado relativo à data de início dos perfis no Twitter foi obtido através do Tweet Grader (www.tweet.grader.com).

Antes de analisar a tabela de dados, cabe esclarecer alguns termos inerentes ao Twitter. O Twitter é considerado um microblog, devido ao tamanho máximo permitido de postagens. Cada *tweet* (postagem) pode ter no máximo 140 caracteres. Podem ser veiculadas mensagens de textos e links para fotos, vídeos e demais sites da web.

Os *followers* correspondem aos perfis que seguem um usuário e recebem suas publicações em sua página pessoal (*timeline*), ao passo que os *followings* são os perfis seguidos por determinado usuário. No Twitter é possível ser seguido por determinado perfil sem, necessariamente, segui-lo de volta, ao contrário do Facebook e do Orkut, por exemplo, em que os usuários criam vínculo de “amizade”, que pressupõe interesse mútuo entre os perfis.

As *replies* e os *retweets* correspondem aos indicadores de interação do Twitter. Enquanto as *replies* são respostas de um usuário para outro, os *retweets* são republicações de *tweets* postados por outro usuário. Apesar de indicarem interação entre usuário, este indicador pode enganar, devido ao recurso de resposta (e às vezes também de *retweet*) automática utilizada por alguns perfis. Neste caso, não ocorre a interação mútua mencionada por Primo e, portanto, não há, de fato, comunicação.



PERFIL	PERFIL DESDE	TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	REPLIES (%)	RETWEETS (%)
@noticiasdoacre	11/03/2009	6.835	7	3,286	0,04	3,94
@governodoamapa	03/05/2010	4.215	359	3.766	0,13	0
@governoamazonas	07/04/2009	6.642	1.284	9.192	1,16	8,44
@GovernoPara	08/06/2010	11.139	42	9.327	1,92	1,98
@GovernoRO	02/01/2011	4.492	45	1.730	1,98	20,34
@roraima_gov	27/08/2009	4.570	0	1.443	0,04	0
@secomtocantins	25/06/2009	1.895	24	1.765	8,91	1,69

Tabela 2 – Análise dos perfis no twitter

Em uma breve análise dos dados coletados podemos perceber que o índice responsivo dos perfis ainda é muito pequeno, levando-se ainda em conta a possibilidade de resposta automática.

Outro fator interessante é que o número de seguidores é sempre muito maior que o número de perfis seguidos. Isto talvez se deva à dificuldade em administrar o grande volume de informações provenientes de outros usuários, tendo em vista que, ao seguir um perfil, todas as atualizações de status daquele usuário aparecerão na *timeline* dos que os seguem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora esta breve análise não faça uma análise qualitativa dos perfis, a fim de verificar o conteúdo das postagens e das interações detectadas, o que esta averiguação permite observar é que o índice de interatividade entre os perfis oficiais dos Estados da região Norte ainda é inexpressivo, tendo em vista que a maioria dos índices de resposta é menor que 2% do total de *tweets* em cada perfil.

É nítida também a preferência dos órgãos públicos pelo Twitter como rede social oficial do governo. Isto talvez se deva à facilidade de acesso, principalmente após a mobilidade permitida pelos *smartphones* e *tablets*. Além disso, apesar do limite de caracteres por postagem, o Twitter é uma das redes que melhor simboliza a convergência possibilitada pelo ciberespaço, pois permite que o usuário poste links para qualquer site da web, vídeos, fotos, e não apenas mensagens de texto.

Apesar do índice responsivo em todos os perfis analisados ser muito baixo para o que se espera de um padrão ideal de comunicação pública, não é possível afirmar que não ocorre comunicação pública on-line a partir dos Estados da região Norte.

A comunicação pública ocorre, sim, no ciberespaço, mas ainda está focado na informação governamental, ou seja, na emissão de mensagens unidirecionais. A



comunicação, o diálogo e a interação, condições primárias para a existência da participação democrática efetiva e para a prática cidadã ainda não ocorre nos perfis analisados neste trabalho.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Kátia Fonseca. **Ciberesferas públicas**: os blogs como espaços de discussão política. Minas Gerais, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-ciberesferas-publicas-blogs.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2012

BRAGA, Eduardo Cardoso. A interatividade e a construção do sentido no ciberespaço. In: LEÃO, Lúcia (Org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2005. p. 124-131.

BRITTES, Juçara Gorkis. **A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial**. Trabalho apresentado no NP 10 - Políticas e Estratégias de Comunicações no XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre RS, 2004.. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittes-juçara-revitalizacao-esfera-publica.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2012.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. [S.l.][2006] Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em 25 mar. 2012.

EGLER, Tamara Tania Cohen. Redes tecnossociais e democratização das políticas públicas. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 23, p.208-236, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-45222010000100008&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 nov. 2010.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Famecos**, Porto Alegre, n. 27, p.58-78, 01 ago. 2005. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/WilsonGomes.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2012.

LEMOS, André; CIBERCULTURA. Alguns pontos para compreender a nossa época. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003; pp. 11-23. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2012.

_____. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2002. 249 p.

LÉVY, Pierre. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 9, n. , p.37-49, 01 dez. 1998. Semestral. Tradução: Juremir Machado da Silva. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3009/2287>>. Acesso em: 20 set. 2010.



LUCATELLI, Francine; ANDRADE, Marcos Antonio Ribeiro. **A comunicação na esfera pública: o que se publicou entre 1998 e 2008 no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação do Intercom.** Curitiba, Paraná: 2008. Disponível em: <<http://www.unifoa.edu.br/cadernos/edicao/17/43.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2012.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs.** Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa (NP-08) de Tecnologias da Comunicação e Informação do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII INTERCOM, em setembro de 2004, em Porto Alegre/RS. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17792/1/R0625-1.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2010.

_____. **Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo.** Trabalho apresentado ao NP-08 – Núcleo de Estudo de Tecnologias Informacionais da Comunicação do XXVIII INTERCOM, na ECO- UERJ, Rio de Janeiro, em setembro de 2005. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17859/1/R0096-1.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2010.

_____. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p. (Coleção Cibercultura).

SANTOS, Paula Xavier Dos. A dimensão política da disseminação da informação através do uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação uma alternativa à noção de Impacto Tecnológico. **Data Grama Zero - Revista de Ciência da Informação**, Iasi - Instituto de Adaptação e Inserção Na Sociedade da Informação, v. 4, n. 5, p.1-13, 2004. Anual. Disponível em: <<http://dici.ibict.br/archive/00000352/>>. Acesso em: 01 mar. 2011.

SERRA, Paulo. **Informação e cidadania** (notas para discussão). Portugal, 1999. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-informacao-cidadania.pdf> >. Acesso em: 07 mar. 2012.

SILVA, Lino Martins da; e MOREIRA, Sônia Virgínia. **Comunicação organizacional em instituição pública.** O caso da Controladoria Geral do Município do Rio de Janeiro – 2001/2004. Lisboa, 2003. Disponível em:< <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-moreira-comunicacao-institucional-organizacao-publica.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2012

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 2, n. 29, p.71-77, 2000. Semestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2011.