

Mídias Sociais Digitais e Administração Pública: o caso do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM)

Ana Claudia Farranha¹
Luis Fernando Macedo Bessa²
Thaís Magalhães Rosa³
Marcos Melo⁴

Recebido em 17 julho de 2015

Aprovado em 24 setembro de 2015

DOI: 10.18829/2Frp3.v1i2.17358

RESUMO

Este trabalho tem por finalidade compreender a dinâmica que permeia a presença da Administração Pública em redes sociais. Para tanto, a rede escolhida foi o Facebook, a partir da apresentação de dados de dois ministérios – Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM). Busca-se compreender em que medida o uso de um perfil na rede social digital pela Administração Pública proporciona a ampliação da informação, controle social e democracia on-line. As principais dimensões analisadas são: a informação postada em período específico; o conteúdo dessa informação; e, principalmente, como essa informação é recebida pelos seguidores desses perfis. As questões investigadas neste texto são: como os seguidores dos perfis percebem o sentido da informação disponibilizada nas redes sociais? É possível identificar se ela é compartilhada e comentada por esses seguidores? Do ponto de vista metodológico, foi utilizada a observação dos perfis em período específico, com coleta de dados e realização de entrevistas com os seguidores dos perfis. Como conclusão, destaca-se o inegável potencial das redes sociais digitais na comunicação da atuação dos Ministérios estudados. Apesar de muita informação disponibilizada, há pouca participação, o que demonstra que a presença da Administração Pública nas redes sociais digitais ainda necessita de um uso mais politizado desses espaços.

Palavras-chave: Redes Sociais Digitais (Facebook). Informação. Democracia on-line

ABSTRACT

This paper aims understand the dynamics that permeates the presence of public administration in social networks. Therefore, the chosen network was Facebook, from the presentation of two data Ministries - Ministry of Social Development - MSD and the Special Secretariat of Policies for Women- SPW. The work seeks to understand how far the use of a profile in the digital social network for Public Administration provides the expansion of information, social control and online democracy. The main dimensions are analyzed: the information posted on specified period; the contents of this information and, especially, how this information is received by the followers of these profiles. The issues investigated in this text are as followers of profiles perceive the meaning of information available on social networks. If it is shared and commented on by these followers. From a methodological point of view, the observation of the profiles specified period, with data collection and interviews with the followers of the profiles was used. In conclusion, stands out the undeniable potential of digital social networking communication activities of Ministries studied. Although many information are available there is little participation, which demonstrates that the presence in public administration in digital social networks still needs a more politicized use of these spaces.

Keywords: Social Digital Networks (Facebook). Information. Democracy online.

1. Professora da Universidade de Brasília - FD/UnB. anclaud@uol.com.br

2. Professor da Universidade de Brasília-UnB. lfmessa@gmail.com

3. Graduanda em Comunicação Social pela Universidade de Brasília-UnB. thaismrosa95@gmail.com

4. Graduando em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de Brasília-UnB marmelont@gmail.com

1. Introdução

O uso das redes sociais digitais pela Administração Pública vem crescendo nos últimos anos. Dados da última pesquisa do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, sob os auspícios do Unesco – Cetic.br, assinalam que, em 2013, dos órgãos da Administração Pública pesquisados, 73% dos órgãos do Executivo, 96% do Poder Judiciário, 76% do Ministério Público e 88% do Poder Legislativo afirmam usar redes sociais on-line. Esse universo é marcado por 88% de órgãos da esfera federal e 7% da estadual (CETIC, 2013).

Com base nesse contexto, o presente artigo busca analisar como se dá a presença de dois órgãos do Governo Federal na rede social digital Facebook. São eles: o Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM). Esta análise encontra-se referenciada em uma pesquisa de abrangência maior, que estuda seis perfis da Administração Pública em redes sociais digitais⁵.

Para este trabalho, as principais dimensões analisadas são: a informação postada em período específico; o conteúdo dessa informação; e, principalmente, como essa informação é recebida pelos seguidores desses perfis. As questões básicas que se busca investigar são: Como os seguidores dos perfis percebem o sentido da informação disponibilizada nas redes sociais? Ela é compartilhada? Comentada?

Nesse sentido, o presente trabalho busca identificar os aspectos que possibilitem compreender a dinâmica que permeia a presença da Administração Pública em redes sociais digitais, destacando o Facebook⁶, discutindo em que medida procedimentos que proporcionam ampliação da informação, controle social e democracia on-line estão presentes nessas experiências.

5. A pesquisa analisa os órgãos listados abaixo e aponta os critérios para a seleção: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG); considerado centro importante das diretrizes para o planejamento e a ação da Administração Pública Federal. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM), Secretaria Especial de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR), Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e Ministério do Meio Ambiente (MMA); estruturas mais recentes na Administração Pública Federal e cujo escopo da ação mobiliza e interage com as questões pautadas pelo movimento social, a partir do processo de democratização brasileira. E o Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento (MAPA), que, por força do setor agroindustrial, tem atuado no sentido de articular diferentes propostas e interesses do setor, o que denota elementos de participação, mas por outro viés que não o dos movimentos sociais de contestação do final dos anos 70 no Brasil. Mais recentemente foi incluído o Ministério de Desenvolvimento Social (MDS).

6. No trabalho, apresenta-se, também, a análise do Twitter, mas os elementos de comparação e conclusão pautam-se pela presença no Facebook.

2. Procedimentos Metodológicos

No que se refere à metodologia, a análise utiliza-se da observação dos perfis em período específico, com coleta de dados e realização de entrevistas com os seguidores dos perfis.

A análise pauta-se pela perspectiva dos estudos de caso, em uma perspectiva comparativa. A partir das considerações desenvolvidas por Yin (2005), Chizootti (1995), Bruyneetal (1991) e Richardson (1999), identifica-se que, apesar de certa similitude entre os casos estudados (e a serem estudados), há especificidades que permitem ter um grau de amplitude maior, capaz de responder às questões colocadas pela pesquisa, bem como tecer considerações entre os elementos identificáveis entre os perfis pesquisados e suas singularidades. Tendo em vista tratar-se de estudos no âmbito dos Ministérios, as observações podem auxiliar na formulação de melhorias e correções no uso das diversas redes sociais adotadas atualmente pelo Governo Federal no Brasil.

Do ponto de vista da coleta de dados, o trabalho se articula a partir da observação de perfis, tendo por instrumento balizador um formulário de monitoramento desenvolvido para esse fim. Além da observação dos perfis, com monitoramento de postagens, dois outros instrumentos são utilizados pela pesquisa. Um refere-se a uma ferramenta existente no próprio Facebook – as curtidas/like . Trata-se de um conjunto de informações sobre a Fanpage que possibilita saber quantas curtidas a página teve, quem estava falando sobre os assuntos postados, qual a semana em que houve mais postagens, a cidade que mais pessoas postaram e o grupo de idade das pessoas que estão falando sobre isso. O outro instrumento refere-se a um questionário que foi aplicado aos seguidores das páginas analisadas.

Ainda, no que concerne à questão metodológica, o trabalho está amparado por algumas categorias teóricas, já trabalhadas em outros textos , as quais permitem organizar um arcabouço que fundamenta as respostas às questões propostas para a pesquisa e auxilia a compreender como elementos teóricos se colocam na prática e em que medida a prática resignifica esses elementos. Cita-se, principalmente, a noção de governo eletrônico (PINHO, 2008), que privilegia uma relação entre Estado e sociedade numa perspectiva de government-to-citizen, identificando as possibilidades de interação advindas dessa relação.

Ainda no quadro teórico, a noção de accountability, encontrada em Prado, Ribeiro e Diniz (2012), que os autores apontam como termo associado às novas tecnologias da informação (TICs), possibilita um controle maior da atuação dos governantes. Junto da prestação de contas e do controle, destaca-se a noção de democracia on-line, identificada em Echevaría (2012), que ressalta o debate em torno do termo, a partir da experiência local da Argentina, e recupera os limites e possibilidades que o conceito enseja, mostrando a dimensão forte e fraca das práticas articuladas.

E, por fim, o conceito de governança, que proporciona uma leitura dos processos em rede e auxilia a interpretação dos dados apresentados, a partir da leitura apontada por Cerqueira (2006), que observa que, indubitavelmente, governança é o tema unificador dos esforços do governo e da sociedade para o alcance do desenvolvimento sustentável, levando-se em conta o combate à pobreza e a conservação do meio ambiente.

Embora a noção de governança direcione pesquisas que abordam estudos sobre redes sociais e o conjunto das instituições e a interação entre atores governamentais e não governamentais, ainda faltam, sobretudo nos países em desenvolvimento, modelos aplicáveis e apropriados para se alcançar a boa governança, de forma democrática.

Questões relacionadas à governança e às perspectivas para as novas formas de fazer política são cruciais para enfrentar os problemas contemporâneos. Como o poder e as responsabilidades são praticados; como as decisões são tomadas e como os cidadãos e outras partes interessadas são ouvidos surgem como pontos de reflexão fundamentais. No centro desse debate está o estudo da relação entre os diversos atores sociais: Estado, partidos políticos, organizações da sociedade civil e outros, a fim de abordar questões sociais e ambientais (BESSA, 2013). Assim, esse conceito permite ampliar o entendimento sobre a presença da Administração Pública nas redes sociais digitais.

3. O estudo dos casos Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM)

Conforme apontamos acima, este texto se debruça sobre a análise da dinâmica de dois perfis: o do Ministério de Desenvolvimento Social (MDS) e o da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM). Nesse aspecto, foram escolhidos períodos de monitoramento das postagens, bem como, circulou entre os seguidores dos perfis questionário sobre impressões acerca do perfil. A trajetória das postagens e o seu conteúdo, assim como o resultado das entrevistas com os seguidores dos perfis, encontram-se descritos a seguir.

3.1. O caso do Ministério de Desenvolvimento Social (MDS)

O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) foi criado a partir da Medida Provisória nº 163, de 23 de janeiro de 2004, convertida na Lei nº 10.866, de 13 de maio de 2004. O Ministério é responsável por diversos programas e políticas públicas no âmbito da inclusão e do desenvolvimento social. Dentre as suas competências estão listadas aquelas relacionadas às políticas nacionais de assistência social, de segurança alimentar, de desenvolvimento e inclusão social, assim como à política de renda de cidadania. O Ministério também gerencia o Fundo Nacional de Assistência Social (FNAS). Ademais, aprova os orçamentos gerais do Serviço Social da Indústria (SESI), do Serviço Social do Comércio (SESC) e do Serviço Social do Transporte (SEST).

O MDS faz a articulação dos seus programas e políticas com os dos governos Federal, estaduais e municipais, além do Distrito Federal, contando, assim, com uma operação em todo o território nacional.

O monitoramento da sua página ocorreu durante o mês de agosto de 2014, tendo como referências as postagens do mês de julho de 2014. Também foram aplicados questionários a fim de observar qual a visão dos indivíduos selecionados sobre a página do MDS. A escolha dos participantes da pesquisa baseou-se no critério de pessoas que curtem a página do MDS, as quais foram escolhidas de acordo com seu grau de interação com a página no mês de julho de 2014.

A aplicação do questionário deu-se pelo envio de uma carta convite, juntamente com o link do formulário, às pessoas selecionadas por meio de uma mensagem inbox, na qual os participantes eram convidados a participar da pesquisa de forma voluntária. As mensagens foram enviadas para 54 pessoas. As respostas poderiam ser enviadas de 13 a 20 de agosto de 2014. Constatou-se um baixo número de participantes. Apenas três se dispuseram a colaborar com a pesquisa e forneceram respostas satisfatórias. Duas pessoas não quiseram participar, alegando receio de clicar no link enviado por pensar ser um vírus. Todas as outras, simplesmente, não responderam.

As perguntas foram baseadas nos tipos de questões de múltipla escolha, que, além da série de respostas passíveis de escolha, ainda permitiam a opção de o participante informar outra resposta, além das disponíveis. Também havia uma escala de 0 (péssimo) a 5 (ótimo) para que o colaborador informasse o grau de feedback que a página proporcionava. O formulário também contava com uma questão aberta, na qual o participante poderia emitir sua opinião livremente sobre qual a sua visão da página. A segunda parte do formulário consistiu em um levantamento dos dados sociodemográficos, com questões que poderiam ser respondidas facultativamente referentes à idade, sexo, cidade e estado.

3.1.1 Resultado dos dados coletados

A pesquisa foi realizada com três participantes, sendo um homem e duas mulheres. Dois desses eram de Brasília (DF) e um de Santa Teresa (ES). A média de idade dos pesquisados é de 25 anos, equivalente à média de idade com mais envolvimento na página do MDS, que vai de 25 a 34 anos de idade.

Sobre os motivos pelos quais as pessoas seguem o perfil do MDS no Facebook, o questionário contava com as seguintes respostas: porque me identifico com o tema; para ter informações sobre o governo nesse tema; sigo por acaso; e um espaço para a pessoa adicionar uma

resposta caso a sua não constasse. O que se verificou foi que os pesquisados curtem o MDS para extrair informações sobre o governo acerca desse tema, algo muito relevante se levarmos em consideração a importância dos dados informados pelo Ministério na página. Uma pessoa informou que segue o perfil porque se identifica com o tema, enquanto as outras duas disseram seguir a página para ter informações sobre o governo.

Em outra pergunta, foi questionado como as pessoas teriam encontrado a página. Sobre essa questão, duas pessoas responderam que encontraram a página por conta própria, e uma respondeu que um amigo a recomendou. No que se refere à opinião sobre os temas divulgados pelo MDS, também foi apresentada outra pergunta. Esta possuía uma característica diferente das outras, pois era possível marcar mais de uma resposta. As pessoas poderiam marcar as seguintes opções: promovem divulgação governamental; proporcionam ampliar o espaço para discussão pública dos temas; fazem propaganda do governo; e proporcionam reflexões sobre a sociedade brasileira. Todos responderam que promovem a divulgação da informação governamental, dois disseram que proporcionam reflexões sobre a sociedade brasileira e um afirmou que permitem ampliar o espaço de discussão pública dos temas.

Na quarta parte, o pesquisado informaria o grau de feedback que a página proporciona numa escala de 0 a 5. Todos informaram um nível 4 de feedback. Isto revela um ponto positivo da página, que é o fato de os seguidores entrevistados terem dado respostas próximas a “ótimo” de resposta que a página oferece. Essa perspectiva contribui para compreender o que foi bem recebido pelos seguidores. Possibilita, ainda, que os desenvolvedores da página possam criar formas para melhorar os posts e a interação com os usuários.

Por último, o entrevistado estaria livre para fazer qualquer comentário sobre o perfil do MDS. O participante 3 afirmou que “Poderia dar vazão a outras temáticas inerentes à ação do ministério, como agricultura familiar. Normalmente essa temática fica restrita ao MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário)”.

No que se refere à informação postada pelo Ministério, observa-se a seguinte perspectiva. A página do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome no Facebook vem se mostrando como um mecanismo de grande potencial, apresentando uma forma própria de trazer o usuário mais perto do dia a dia das atividades do Ministério. A aproximação com o público da página se dá por meio da divulgação de informações dos programas do Ministério, avisos sobre cursos gratuitos e seminários, entres outros exemplos.

O Ministério possui um grande potencial de difusão de suas postagens, uma vez que, até o dia da elaboração deste trabalho, contava com 136.000 seguidores. Isso significa que grande parte das informações postadas pela página será divulgada no feed de notícias desses usuários. Além de todas as notícias que os seguidores podem extrair, eles ainda têm a capacidade de interação direta com a página, visto que podem curtir, comentar e compartilhar, além de criar fóruns de discussão, cujo assunto dependerá somente da pessoa que o criar.

O monitoramento da página teve como orientação o mês de julho de 2014. Nesse mês, foi feito um acompanhamento de todas as postagens, assim como das discussões que elas geravam entre os usuários. Também foi feita a análise da capacidade de transmissão das mensagens, no que se refere à propagação de conteúdo por meio da quantidade total do número de curtidas e compartilhamentos registrados até o dia 20 de agosto de 2014. Os dados contendo todas estas informações estão presentes na Tabela 1.

O mês de julho de 2014 foi um tanto quanto atípico para os brasileiros. No começo daquele mês ocorreu boa parte dos jogos da fase final da Copa do Mundo no Brasil. Toda essa atipicidade vivida no país parece que se refletiu também na página do MDS. Levados pelo clima da copa, não houve nenhuma postagem até o dia 10 de julho. Para não dizer que houve uma total paralisação das atividades da página, o MDS alterou sua foto de capa no dia 4 de julho. Com o término da Copa, as postagens retornaram à sua média normal.

Em julho, foram registradas 11 postagens, sendo 13 o número de dias entre a última postagem do mês anterior e a primeira de julho. A página registrou uma média de 0,35 postagens por dia, o que mostra uma pequena constância das postagens. Para demonstrar a escassez de divulgação de conteúdo da página, o mês de março, escolhido de forma aleatória somente para asseverar esta escassez, contou com um total de 19 postagens, sendo o dia 17 de março o mais ativo, com quatro postagens, e o período entre os dias 1º e 5 o maior intervalo sem qualquer publicação. No mês de março, nesse sentido, a página registrou uma média de 0,613 postagens por dia, uma média relativamente superior à alcançada em julho. De toda forma, segue uma tabela com as postagens a partir de 10 de julho, quando o Facebook do Ministério tornou-se mais ativo.

Tabela 1 – Dados do monitoramento da página do MDS no Facebook no mês de julho de 2014.

Informações obtidas dia 20 de agosto de 2014.

Informação	Data de divulgação	Mídia	Curtidas	Compartilhamentos	Comentário da postagem
Informação sobre o prazo para acompanhamento de saúde para beneficiários do Bolsa Família com crianças de até 7 anos ou gestantes.	10 de julho de 2014	Facebook	425	476	A postagem avisa aos interessados no acompanhamento de saúde que eles têm de procurar as unidades de saúde do município. Nesse processo, são verificados o calendário de vacinação das crianças, o peso e a altura para a avaliação nutricional e o acompanhamento do pré-natal das gestantes.
Informação sobre o curso de Controle Exercido por Conselhos de Assistência Social do TCU.	11 de julho de 2014	Facebook	1.911	2.034	O TCU oferece o curso a distância com o objetivo de melhor instrumentalizar os conselhos municipais de assistência social para que possam bem exercer suas atribuições. Para se inscrever, era preciso acessar a página de Educação Corporativa do TCU.
Informação de cadastro para escolas de educação básica pública aderirem ao Programa Mais Educação.	14 de julho de 2014	Facebook	417	288	O Programa Mais Educação pretende ampliar a jornada escolar e a organização curricular na perspectiva da educação integral. Escolas que ingressam no programa oferecem, no mínimo, sete horas diárias de atividades, que compreendem aulas das disciplinas do currículo, orientação de leitura e estudo, acompanhamento pedagógico e atividades orientadas nos campos da cultura e dos esportes.
Aviso para os gestores elaborarem proposta de participação para a modalidade Compra com Doação Simultânea do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).	17 de julho de 2014	Facebook	601	628	Os municípios interessados têm de elaborar proposta de participação para a execução do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), na modalidade Compra com Doação Simultânea. A modalidade de Compra com Doação Simultânea promove a articulação entre a produção da agricultura familiar e as demandas locais de suplementação alimentar.
Informação sobre o Benefício de Prestação Continuada (BPC).	28 de julho de 2014	Facebook	1.080	1.739	A postagem fala do BPC, um benefício que assegura um salário mínimo a idosos e a pessoas com deficiência de qualquer idade. Em ambos casos, devem comprovar não possuir meios de garantir o próprio sustento, nem tê-lo provido por sua família.

As famílias beneficiárias do Bolsa Família, cujos filhos de 6 a 17 anos mudaram de escola em 2014, precisam comunicar a alteração ao CRAS.	29 de julho de 2014	Facebook	578	592	O aviso informa que as famílias devem avisar ao CRAS ou ao setor responsável no município, pois o Governo Federal precisa ter o acompanhamento escolar dos jovens atendidos pelo programa, visto que a frequência escolar é um dos critérios obrigatórios para que as famílias recebam o benefício.
Informação sobre o BPC.	30 de julho de 2014	Facebook	962	1.651	A postagem informa basicamente sobre o auxílio aos idosos que não possuem renda.

Percebe-se, nesse conteúdo, muitas informações sobre o funcionamento do Programa Bolsa Família. Pode-se afirmar que, nesse período, o perfil do Facebook aponta dados que buscam subsidiar os seguidores da página com instruções e procedimentos. Não se trata de uma divulgação que aponte para uma publicidade acerca dos números do programa ou suas atividades. A tabela também chama a atenção pelo número de compartilhamentos, que cumprem o papel de difusão que está na perspectiva das redes sociais digitais. Entretanto, elementos referentes à discussão e à interação, constitutivos de um processo de democracia *on-line*, não aparecem de forma contundente nesses dados.

3.2 O caso da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM)

A Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) foi criada em 2003, com o objetivo de tratar das questões de gênero, destacando, principalmente, aquelas referentes às desigualdades entre homens e mulheres nos mais diversos aspectos e as relacionadas à proteção às mulheres, uma parcela da sociedade que vem sofrendo muito preconceito e violência.

Para o estudo em questão, foram analisados o Facebook e o Twitter da SPM, apesar de haver um site oficial da Secretaria na internet. O site conta com um histórico da Secretaria e seus principais objetivos e com a opção de entrar em contato de maneira oficial. Dispõe ainda de matérias mais complexas e completas sobre os prêmios divulgados pela Secretaria e suas campanhas. Nesse contexto, pode-se dizer que as três plataformas midiáticas correlacionam-se de maneira complementar.

Para a análise deste artigo, foi elaborado um formulário do questionário na plataforma do Google Drive e enviado por mensagem do Facebook para seguidores das páginas da SPM, selecionados de acordo com a maior participação nessas páginas (comentários e avaliações). Também foi feito monitoramento do Facebook e Twitter da SPM referente ao mês de março, por ser o mês em que se comemora o Dia Internacional da Mulher. Com base nesses dados, apresenta-se a análise a seguir.

3.2.1 Resultado dos dados coletados

Por ser março o mês da mulher, foram observadas movimentações em torno dessas questões em diversas empresas e instituições, mesmo naquelas que normalmente não se dedicam muito à problemática do gênero. A hashtag #MarçoDasMulheres2014 foi a mais utilizada, tanto no Facebook quanto no Twitter, seguida da #MulheresUnidas, uma proposta das redes sociais da SPM para que mulheres postassem fotos dizendo que causa feminina defendem.

Durante esse período, o Facebook da Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) contou com 15 publicações, e o Twitter, com 164. Esses dados comprovam o objetivo diferenciado que cada rede social tem: o Facebook preza mais por qualidade na informação, enquanto o Twitter por quantidade.

As postagens feitas no Facebook costumam ser mais completas, mesmo quando levam um link ao final para mais informações. A ideia é que a pessoa entenda do que se trata apenas lendo a postagem, sem que tenha de passar para outra página, caso não queira, e possa curtir se lhe parecer de interesse ou importância e compartilhar para que seus amigos tenham também acesso a essa informação. Pela opção de comentar, o Facebook também abre espaço para que o leitor deixe sua opinião, seja ela favorável ou contrária, e que possa ser respondida por outros leitores, por vezes agindo como espaço para um verdadeiro debate, ou também pela própria organização da SPM. Imagens complementares ao texto da postagem também são mais facilmente visualizadas nessa rede.

O Twitter tem um mecanismo de limitação de caracteres (apenas 140), que faz com que suas postagens sejam obrigatoriamente mais sucintas e também que sejam mais numerosas. O Twitter, então, inaugura uma linguagem própria: faz-se necessário que, em poucas palavras, não somente seja passada uma informação básica sobre o que trata a postagem, mas também que esta seja atrativa ao leitor, fazendo com que ele se interesse em ler mais sobre o assunto e clique no link. O Twitter também é muito utilizado como um ágil mecanismo de expressão de opiniões: uma pessoa pode chegar a escrever dezenas de tweets diariamente com suas percepções de um número ilimitado de assuntos diferentes. É um mecanismo muito utilizado por figuras famosas na economia e na política para divulgação de ideais.

Pode-se dizer, então, que o Facebook tem um caráter de interação maior que o Twitter, que parece limitar-se à divulgação de informações. No monitoramento feito no mês de março de 2014 nas redes sociais da SPM, das 15 postagens nesta rede, 12 são divulgações de campanhas, ações e reuniões de debate da SPM, incluindo notícias, vídeos e fotos. Das outras, uma é um informativo de conscientização e as outras duas são pronunciamentos da presidenta Dilma Rousseff sobre assuntos relacionados às mulheres. Há um total de 808 curtidas, uma média de 53,8 curtidas por postagem. São 226 compartilhamentos e apenas 22 comentários, o que demonstra que, apesar de o Facebook oferecer mais abertura para retorno dos leitores que o Twitter, sua utilização majoritária é apenas para absorção de informações e compartilhamento destas.

Dos 22 comentários, apenas um mostrou-se contrário à postagem da SPM. Não houve resposta a ele. Os outros consistiam em apreciações, complementação de informações e eventuais perguntas, estas sempre respondidas pela própria SPM. Percebe-se, então, que a SPM preocupa-se em fazer com que seus leitores sintam que, de fato, existe um espaço de trocas nessa plataforma midiática. Com a resposta dos questionários feitos por seguidores ativos da página do Facebook da SPM, a premissa do Facebook de ser uma via de mão dupla é confirmada. De 1 a 5, a média dada para o Facebook da SPM em relação ao grau de feedback que dá aos leitores foi de 3,4, uma nota relativamente alta.

O Facebook e o Twitter da SPM caracterizam-se por uma forte interação com as redes de outras instituições governamentais. Isso tem reflexo na divulgação que a página faz de campanhas e notícias de terceiros, feitas com as ferramentas próprias de compartilhamento ou retweet (55 postagens no Facebook e no Twitter durante o mês de março), ou com uma postagem autônoma da SPM, porém referente a outros órgãos (seis postagens).

No Twitter da SPM percebeu-se, também, um maior número de postagens referentes a campanhas, ações e debates, mas que não são próprios da SPM nem de outras instituições governamentais (sempre assuntos relacionados às questões de gênero). Como no Facebook, o segundo lugar também foi de postagens de pronunciamentos de figuras políticas importantes, como a presidenta Dilma Rousseff, a ministra de Políticas para as Mulheres, Eleonora Menicucci, a coordenadora de Acesso à Justiça, Aline Yamamoto, e algumas secretárias da SPM.

Quanto às respostas ao questionário, este foi enviado a 27 seguidores e respondido por cinco pessoas, que podem ser representadas da seguinte forma:

Entrevistado 1 - 14/08/14 às 20:20 - informações pessoais não reveladas

Entrevistado 2 - 16/08/14 às 12:35 - 46 anos, feminino, de Pelotas

Entrevistado 3 - 16/08/14 às 15:06 - 51 anos, feminino, de Sorocaba

Entrevistado 4 - 19/08/14 às 13:02 - 19 anos, masculino, de Curitiba

Entrevistado 5 - 24/08/14 às 12:53 - 38 anos, feminino, cidade de nascimento não revelada

Na pergunta, “Por que você segue o perfil da SPMulheres no Facebook?”, as respostas mostram que duas dessas pessoas se identificam com o tema, as outras duas seguem para ter informações sobre o tema e uma segue por outros motivos.

Quando perguntados sobre como a página foi encontrada, um dos entrevistados respondeu que foi um amigo que a recomendou, outro afirmou que a procurou no Facebook, dois responderam que a encontraram por acaso e um disse que a encontrou pelo site da SPM. No que se refere aos temas divulgados, os cinco entrevistados afirmam que proporciona “um espaço para ampliação da discussão pública dos temas”. E, quanto ao grau de feedback, um dos entrevistados apontou o grau 2 (perto de péssimo); dois o grau 3; um o grau 4; e um o grau 5 (ótimo). E, na última pergunta, “O que você acha do perfil da SPMulheres no Facebook?”, as respostas foram:

“Eu acho que, como mulher e tendo meus direitos, é ótimo dar minhas opiniões... mesmo que sejam críticas. Ficamos por muito tempo caladas e agora é o tempo de dizer o que sentimos, o que queremos e como podemos ajudar o Brasil a se tornar uma nação melhor.”

“A página deveria seguir um padrão mais interativo, com conteúdo além de engajado, bem “vendido” publicitariamente, para que chame a atenção das pessoas.”

“É ótimo ter um espaço para expor nossas opiniões (eu digo nós que já sofremos algum tipo de violência) e principalmente para mostrar que, na verdade, muitas coisas são muito bonitinhas no papel, mas que na vida real as coisas não funcionam como realmente deveriam e que precisamos encontrar os erros e corrigi-los.”

4. Conclusão

A evidência que motivou a discussão presente neste artigo parece demonstrar que é inegável o potencial das redes sociais digitais e que elas comunicam aspectos da atuação dos Ministérios estudados. Os seguidores que responderam aos questionários desenvolvidos para o presente trabalho também apontam esse potencial. Esse fato, em alguma medida, assinala que há a perspectiva das mídias sociais, principalmente o Facebook e o Twitter, darem uma abertura maior para mais informação e diálogo.

Entretanto, alguns problemas parecem pairar sobre esse universo. São eles:

a) A dificuldade de fazer desse espaço um espaço de interação. Nesse sentido, o conceito de democracia on-line ainda está muito longe de ser efetivado como um novo espaço que amplie o processo decisório. Esse espaço está mais próximo de uma noção de accountability, no sentido de prestação de contas e de disponibilização de informações. Aqui, reside um tema

importante que atravessa os debates políticos brasileiros: o uso das mídias sociais na implementação da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2012). O Facebook, principalmente, parece ser um veículo importante para a realização de transparência ativa (aquela em que o governo por iniciativa própria divulga a informação), entretanto, é preciso articular a prática/uso que as Administrações Públicas fazem desta mídia como um espaço de divulgação que fomente aspectos do que se vem convencendo chamar de cultura da informação.

b) Os casos estudados são bastante ilustrativos, pois em uma das páginas há uma correlação entre os conteúdos divulgados pelo MDS e o atendimento das expectativas por parte dos seus seguidores. E, no caso da SPM, há mais críticas em relação ao que os perfis (Twitter e Facebook) poderiam ser e oferecer. Essa divergência parece demonstrar que não há uma estratégia mais delineada e coordenada, no âmbito do Governo Federal, no sentido de usar esse canal para dar sustentação às ações desenvolvidas pelos Ministérios estudados. É nesse aspecto que o conceito de governança pode auxiliar a melhorar a estratégia de comunicação, fortalecendo as dimensões que aprofundem a divulgação das ações dos órgãos estudados e propiciem espaços de decisão, que muito provavelmente vão além das redes sociais digitais apresentadas neste artigo (Facebook e Twitter).

Por fim, uma última observação refere-se à baixa participação na resposta dos questionários. O que isso pode significar, considerando as dimensões da análise (informação, controle social, democracia)? Uma hipótese que este fato pode indicar é que esse seja um espaço para “like” (curtir), cabendo o desenvolvimento de outros instrumentos de interação via internet (sites, rede sociais próprias, formulários) para ir além do processo comunicacional e de participação da sociedade. Assim, a análise dos perfis parece confirmar o que já foi apontado na literatura (PINHO, 2008): muita informação, mas pouca participação, o que demonstra que a presença da Administração Pública nas redes sociais digitais ainda necessita de um uso mais politizado desses espaços.

5. Referências Bibliográficas

BESSA, L. F. M. Aspectos Conceituais da Governança e o uso das mídias sociais. In: VI CONSAD de Gestão Pública, 2013, Brasília. VI Congresso CONSAD de Gestão Pública, 2013. v. 1. pp. 1-14. Disponível em: <http://consadnacional.org.br/wp-content/uploads/2013/05/087-ASPECTOS-CONCEITUAIS-DA-GOVERNAN%C3%87A-E-O-USO-DAS-M%C3%8DDIAS-SOCIAIS.pdf>

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), **Perfil oficial no Facebook**. Disponível em: <https://www.facebook.com/mdagovbr?fref=ts>. Consultado em julho de 2014.

_____. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM). **Perfil Oficial no Facebook**. Disponível em: <https://www.facebook.com/SPMulheres?ref=ts&fref=ts>. Consultado em março de 2014.

_____. **Perfil Oficial no Twitter**. Disponível em: <https://twitter.com/SPMulheres>. Consultado em março de 2014.

BRUYNE, P. de; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais**. 5 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves; 1991.

CENTRO REGIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO – CETIC.br. **TICs Governo Eletrônico 2013 – órgãos públicos federais e estaduais**. Disponível em: <http://cetic.br/tics/governo/2013/orgaos/E3/>. Acessado em: 12 dez. 2014.

CERQUEIRA, F. Governança ambiental: aspectos políticos da sustentabilidade. Série **Planejamento e Gestão Ambiental**, v. 8, pp. 16-28, 2006.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1995.

DINIZ, E.; RIBEIRO, M. M. & PRADO, O. Governo eletrônico e transparência: olhar crítico sobre os portais do governo federal brasileiro. In: PINHO (org). **Estado, sociedade e interações digitais: expectativas democráticas**. Salvador, EdUFBA, 2012.

ECHAVARRÍA, C. El Camino de la democracia digital: panorama em clave deliberativa de los sitios web desarrollados por los municipios cordobeses. In: PINHO (org). **Estado, sociedade e interações digitais: expectativas democráticas**. Salvador, EdUFBA, 2012.

FARRANHA, Ana Claudia et al. Administração Pública e Redes Sociais (Facebook e Twitter): análise de casos selecionados. **Revista Negócios em Projeção**, v. 5, n. 1, 2014.

_____ & REIS, João Carlos da Silva. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Redes Sociais: quando comunicar a política pode ser uma forma de torná-la sustentável. In: MATOS, K. S. A. L. (org) **Educação Ambiental e Sustentabilidade IV**. Fortaleza: Edições UFC, 2013.

_____. A administração pública e participação: é possível mais democracia por meio das redes sociais? In: Congresso Consad de Gestão Pública, 5, 2012, Brasília.

_____. Mecanismos para a construção da transparência: uma breve análise do percurso da democracia. In: Congresso Consad de Gestão Pública, 6, 2013, Brasília.

PINHO, José Antonio Gomes de. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. **Revista de Administração Pública**, 42 (3): 471-93. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n3/a03v42n3.pdf>. Acessado em: 01 ago. 2011.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005, 28.