

A UTILIZAÇÃO DE REDES SOCIAIS *ONLINE* PELO PODER EXECUTIVO: o caso do Gabinete Digital do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*¹

USE OF ONLINE SOCIAL NETWORKS BY THE EXECUTIVE BRANCH: the case of the Digital Office of the State of Rio Grande do Sul on Facebook

Francieli Puntel Raminelli², Leticia Bodanese Rodegheri³, Rafael Santos de Oliveira⁴

Artigo recebido em 29 set. 2014 e aceito em 09 dez. 2014.

Resumo

O uso das novas tecnologias, especialmente a *Internet*, como ferramenta de governo para garantir a democracia e a transparência perante o cidadão é denominado de Governo Eletrônico. No Brasil, esta prática existe há mais de uma década, sendo que nos últimos anos novos instrumentos estão sendo utilizados: as redes sociais *online*. O *site Facebook* é um dos que se destaca, por ser o mais utilizado pelos internautas, e entre as páginas governamentais inseridas nele, ressalta-se a do Gabinete Digital do Poder Executivo do Rio

¹ Resultados parciais do Projeto de Pesquisa “Ativismo digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global”, desenvolvido junto ao Núcleo de Direito Informacional do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.

² Mestranda em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria – Linha de Pesquisa Direitos da Sociedade em Rede. Graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Núcleo de Direito Informacional (NUDI). E-mail: francieli.raminelli@gmail.com.

³ Mestranda em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria – Linha de Pesquisa Direitos da Sociedade em Rede. Graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Núcleo de Direito Informacional (NUDI). E-mail: leticiabrodegheri@gmail.com.

⁴ Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor Adjunto no Departamento de Direito da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: advrso@gmail.com.

Grande do Sul. O objetivo deste trabalho é analisar a referida página e a interação que mantém com seus seguidores, por meio do método de abordagem dedutivo e do método de procedimento de estudo de caso. Aplicam-se também as técnicas de documentação indireta e observação direta intensiva sistemática. Conclui-se que, apesar de inovadora, a iniciativa estatal ainda peca por não apresentar um comportamento governamental adequado para estes tipos de página.

Palavras chave:

Governo Eletrônico; Poder Executivo; Redes Sociais online; Facebook; Gabinete Digital.

Abstract

The use of new technologies, especially the Internet, as a government tool to ensure democracy and transparency to the citizen is called e-Government. In Brazil, this practice has existed for over a decade, and in recent years new instruments are being used: online social networks. The Facebook site is one that stands out for being the most used by Internet users, and inserted it between the government pages, it emphasizes the Digital Office of the Executive Branch of Rio Grande do Sul. The objective of this study is to examine this page and the interaction he has with his followers, by the method of deductive approach and the method of case study procedure. Also apply the techniques of indirect documentation and systematic intensive direct observation. We conclude that, although innovative, the state initiative still does not do enough to give a fair government behavior for these types of pages.

Key Words

1 Electronic Government. 2 Executive power. 3 Online Social Networks. 4 Facebook. 5 Digital office.

1 Introdução

Há mais de uma década o Brasil iniciou seu programa de Governo Eletrônico, denominado e-GOV. Esta iniciativa busca conjurar o uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTICs) com a participação dos cidadãos, que podem acessar mais facilmente serviços e também inteirar-se e construir decisões políticas de interesse comum.

Com a evolução no uso das NTICs, principalmente da *Internet*, novas ferramentas passaram a ser utilizadas pelos Governos, de maneira a facilitar o contato e o acompanhamento cidadão das políticas públicas. Assim, o cenário governamental *online* deixou de se apresentar apenas em sítios oficiais e passou a utilizar-se de outros tipos de *site*, mormente os das redes sociais na *Internet* para atingir o cidadão.

Um dos *sites* mais utilizados atualmente é o *Facebook*, uma vez que possui milhões de brasileiros que o acessam diariamente. Neste intuito, inúmeras são as páginas oficiais existentes dentro desta rede, com o destaque do Poder Executivo Federal, que está mais estruturado nesta iniciativa de “contato mais informal” com o cidadão.

Não obstante, inúmeros governos estaduais também se utilizam desta ferramenta, como é o caso do Gabinete Digital do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, o qual possui uma página no *Facebook* há mais de três anos. Por este motivo, esta iniciativa foi eleita como objeto de análise para este trabalho, e busca solucionar a seguinte questão: como vem sendo utilizada a *fanpage* no *Facebook* do Poder Público Estadual do Rio Grande do Sul? E como o internauta recebeu esta iniciativa?

Para atingir a resposta, utilizou-se do método de abordagem dedutivo, que se utiliza de duas premissas para encontrar uma solução, e do método de procedimento de estudo de caso, visto que se analisa uma página em específico. Devem ser elencadas, ainda, as técnicas de pesquisa, que são a de documentação indireta (bibliográfica e documental) bem como a observação direta intensiva sistemática, na página analisada.

O presente artigo encontra-se dividido em duas partes sendo a primeira denominada “O Governo Eletrônico Brasileiro no uso de redes sociais *online*: diretrizes para a utilização das redes no Poder Executivo” e a segunda “O Gabinete Digital do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*”.

2 O Governo Eletrônico Brasileiro no uso de redes sociais online: diretrizes para a utilização das redes no Poder Executivo

O Governo Brasileiro adotou, há mais de duas décadas (BRASIL, 1999), diretrizes no intuito de implantar um efetivo uso das novas tecnologias de informação e comunicação por seus órgãos, bem como, posteriormente, fixou como ideias fundamentais de seu

Governo Eletrônico (e-Gov) a participação cidadã, um melhor gerenciamento interno e a integração entre parceiros e fornecedores (BRASIL, 2014a).

Assim, apesar de denominar sua política como de governo eletrônico, é possível auferir que, se os objetivos definidos são de um governo mais amplo e democrático, as características requeridas para alcançar estes objetivos também devem estar de acordo, ou seja, devem ter proximidade com aquelas típicas de um Governo Aberto, um governo voltado para a utilização das NTICs como ferramentas de governabilidade e democracia, e não apenas uma informatização de serviços públicos.

Para Calderón e Lorenzo (2010, p. 14-15), a grande diferença entre o governo eletrônico (*e-government*) e o governo aberto (*open government*) está no fato de que este último prima pela mudança de valores, um repensar das administrações e dos governos, de seus procedimentos e dogmas. Seria a modificação da ordem de importância entre procedimentos e resultados, sendo que estes últimos devem vir em primeiro lugar. Além disso, para a implementação do governo aberto, necessariamente algumas mudanças devem ocorrer: a cultural (administração reconhecendo o papel central do cidadão); a dos procedimentos oferecidos (se não é cômodo ao cidadão, deve ser modificado); a da organização da administração (que seja menos burocrática e trabalhe com mais eficiência); e, por fim, uma mudança nas formas de relação, pelas quais ocorra um verdadeiro diálogo, qualquer que seja o instrumento escolhido (CALDERÓN; LORENZO, 2010, p. 15).

Portanto, não obstante a importante diferenciação entre os dois conceitos de governo, o e-Gov brasileiro pode ser considerado uma mistura de ambos, uma vez que, apesar de muitas vezes apenas instrumentalizar serviços, possui metas típicas de um governo mais “evoluído”, o que requer, indubitavelmente, comportamentos nestes moldes.

Neste sentido, um elemento de relevante importância a ser considerado, dentro do contexto do governo aberto, são as características requeridas do “novo” líder, adaptado ao contexto da sociedade da informação. Considerando-se a rapidez com que as comunicações ocorrem, um político já não pode contentar-se em apenas comunicar, sem possibilitar a “escuta” dos cidadãos. De acordo com De Los Ríos (2012, p. 188, livre tradução), “[...] as pessoas reivindicam cada vez mais um trato individualizado e uma

relação bidirecional com seu líder, para encaminhá-lo todas aquelas sensações que necessitam e que não podem ser percebidas se se sentem parte de uma grande massa⁵”.

De modo geral, o Estado-nação, ao redor do planeta, vem buscando uma descentralização administrativa em conjunto com a participação cidadã. Algumas competências são transferidas a governos locais e regionais, e, ao mesmo tempo em que em suas eleições são democratizadas, se busca o fortalecimento de uma capacidade de autonomia na gestão. Com isto, é possibilitada a conjuntura entre o princípio da cidadania política e o de identidade cultural, uma vez que o local é reconhecido como essencial (VILLAR, 2010, p. 201-202).

Assim como ocorreram mudanças em outros âmbitos da sociedade, também a expectativa e a relação entre governantes e governados se modificaram, não sendo mais suficiente a comunicação unidirecional: necessita-se de um “diálogo de mão dupla”.

É neste cenário que a *Internet* e as novas formas de relacionamentos *online*, principalmente aqueles que se dão de forma quase imediata e que atraem muitos internautas, estão se tornando uma opção para políticos e governos que desejam aproximar-se do cidadão. Por mais que estar na conectado não garanta qualquer vitória eleitoral, sem sombra de dúvidas “[...] quem antes liderar e dominar as ferramentas da rede, maior vantagem terá sobre seus adversários políticos⁶” (DE LOS RÍOS, 2012, p. 188, livre tradução). Além disso, apesar de se ressaltar que possuir ferramentas *online* não significa que ocorra uma efetiva interação com os internautas, é inquestionável que, entre a possibilidade de ingressar em um sítio governamental especificamente para buscar informações/deixar um requerimento ou apenas procurar a página em um *site* de rede social que se acesse diariamente, a segunda opção é visivelmente a mais fácil.

De acordo com a própria página do e-Gov, “[...] a adesão do governo à Web 2.0 é um fato, mas também um grande desafio para o Estado que precisa saber como se comportar e

⁵ “Las personas reclaman cada vez más un trato individualizado y una relación bidireccional con su líder, que les transmita todas aquellas sensaciones que le exigen y que no pueden ser percibidas si se sienten parte de una gran masa” (DE LOS RÍOS, 2012, p. 188).

⁶ “Quien antes lidere y domine las herramientas de la red, mayor ventaja tendrá sobre sus adversarios políticos” (DE LOS RÍOS, 2012, P. 188).

aprender a lidar com esses canais⁷” (BRASIL, 2014b). Ainda, prossegue reafirmando a importância da atuação junto ao cidadão, que deve ser “produtor de conhecimento coletivo” bem como indicando que a conduta adequada para os perfis governamentais é a de promoção de interação, utilizando-se das possibilidades que estes novos instrumentos possuem para quebrar barreiras e buscar o diálogo e a aproximação com o cidadão (BRASIL, 2014b).

Por esta razão, o Decreto nº 7.675 de 20 de janeiro de 2012, em seu art. 35, inciso IV, determinou que compete ao Departamento de Governo Eletrônico “[...] definir e publicar padrões e melhores práticas de uso da *Internet*, inclusive de redes sociais, para melhoria da gestão e disponibilização de conteúdos públicos digitais” (BRASIL, 2012a). Apesar de já existirem “Padrões Brasil e-Gov” desde o ano de 2008⁸, esses se referem ao emprego de *sites* na *Internet*, que possuem tanto um público como práticas diversas daquelas utilizadas nas páginas de redes sociais na *Internet*. Assim, em outubro de 2012 foi lançado o “Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais”, que, entre outros existentes, é o principal documento para fixar parâmetros para o uso de perfis governamentais.

Entretanto, antes de passar-se a exposição das diretrizes do e-Gov para o uso dos *sites* de redes sociais e dos motivos que levaram a realização destas cartilhas específicas sobre o tema, é necessário expor as diferenças entre esses e os “sítios oficiais”, que já são usados há muitos anos no Brasil. Inicialmente, importa ressaltar que por redes sociais se compreende a interação entre pessoas, uma troca social, “[...] um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede” (RECUERO, 2009a, p. 25). Assim, não se confunde o conceito de rede social com o de *sites* de redes sociais⁹, porque

⁷ Quanto ao uso de redes sociais pelo governo, é importante ressaltar a existência da Portaria nº 38 de 11 de junho de 2012, a qual estabelece diretrizes para o uso com segurança de *sites* de redes sociais pela Administração Pública Federal (BRASIL, 2012b).

⁸ Para fins de consolidar as recomendações de boas práticas no âmbito do Governo Eletrônico, em 2008 surgem os “Padrões Brasil e-GOV”, apresentadas em formato de cartilhas. Atualmente são quatro disponíveis (Cartilha de Codificação, Guia de Administração, Cartilha de Usabilidade e Cartilha de Redação Web) e duas em desenvolvimento (Cartilha de Desenho e Arquitetura de Conteúdo e Modelos e arquivos-base). Estes padrões sugeridos foram construídos com vistas à possibilidade de mensuração de resultados e garantia do nível de qualidade do uso das TICs, além de indicar a correta contratação de terceiros para manutenção dos portais e facilitar a adaptação às novas tecnologias (BRASIL, 2014 – b).

⁹ É interessante apontar os valores de capital social (entendidos como as maiores possibilidades de conexão e “voz” entre as pessoas além da criação de novos valores sociais graças a estes elementos) mais corriqueiros nas redes sociais, quais sejam: visibilidade, autoridade, popularidade e reputação (RECUERO, 2009b, p. 108-115).

este último é a rede social, que já existia no “mundo físico”, transportado para o mundo *online*. De acordo com Raquel Recuero, um *site* não é uma rede social, uma vez que “[...] proporciona conexões para as pessoas mas, em última análise, são as pessoas que constroem as redes” (2009a, p. 25). Ou seja, na verdade os *sites* de redes sociais são apenas “[...] espaços utilizados para a expressão das redes sociais na *Internet*” (RECUERO, 2009b, p. 101).

As redes sociais na *Internet* podem ser de dois tipos: a de redes de filiação, a qual é mantida pelo sistema, exigindo menos esforço dos usuários para ser mantida, e a de redes emergentes, que são as próprias interações dos atores entre si (comentários em um *site*, por exemplo), que demandam maiores esforços e por isso costumam ser menores (RECUERO, 2009b, p. 94-101). Além disso, também se classificam entre *sites* de redes sociais propriamente ditos, que são aqueles focados em expor e publicar as redes sociais dos usuários e possuem um espaço para a publicização de redes conectadas desses, e *sites* de redes sociais apropriados, que são sistemas que inicialmente não possuíam o objetivo de mostrar redes sociais, mas começaram a ser utilizados para esse fim (como é o caso de *fotologs*, por exemplo) (RECUERO, 2009b, p. 104-105).

A grande diferença das redes sociais *online* e outras ferramentas também mediadas por computador é a forma como possibilitam a visibilidade e a articulação de redes sociais estabelecidas *off-line*. Assim, as redes sociais na *Internet* não excluem as redes já existentes, sendo possível, ao contrário, manter conexões existentes no “mundo físico”. Ademais, estando disponíveis no mesmo lugar, as redes sociais virtuais não existem isoladamente, sendo possível que um usuário utilize mais de uma ao mesmo tempo (RECUERO, 2009b, p. 105). Inserem-se nesta categoria de redes sociais *online*: os *fotologs*, os *webblogs*, as mídias de micro mensagens (como o *Twitter*) e outros sistemas bastante conhecidos, como o Orkut e o Facebook (RECUERO, 2009b, p. 101-102).

O Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais, lançado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência (SECOM), indica que as “redes sociais”, ainda que aplicadas na *Internet*, são apenas uma categoria das ferramentas de mídia social, que depende da interação das pessoas (BRASIL, 2012c, p. 08). Essas ferramentas de mídia social “[...] são sistemas online projetados para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos” (BRASIL, 2012c, p. 07), além de permitir que conteúdos possam ser postados por qualquer pessoa, com um grau muito baixo de custo de produção e distribuição (BRASIL, 2012c, p. 07). Podem ter formatos diferentes, de acordo com o *site* ou o modelo de mídia a ser

utilizado e, como exemplos de ferramentas, além daqueles trazidos por Raquel Recuero, podem ser citados a *Wikipedia*, o *MySpace*, o *Last.fm*, o *Youtube* e o *Second Life* (BRASIL, 2012c, p. 07-08). Assim, em uma primeira análise, tem-se que a lista dos instrumentos que podem ser empregados pelo governo brasileiro *online* é mais ampla do que aquela tradicionalmente restrita aos *sites* de redes sociais.

Após a caracterização geral acerca das redes sociais na *Internet* e as ferramentas de mídias sociais, tendo em vista que o objetivo deste trabalho é realizar a análise específica da página do Gabinete Digital do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*, a seguir este *site* será apresentado, com suas principais propriedades.

O *Facebook*, criado inicialmente para um público específico, os jovens que concluíam o *high school* (ensino médio) nos Estados Unidos e normalmente perdiam contatos em razão da mudança de cidades e de estudos, é uma das redes sociais na *Internet* mais utilizadas no mundo (RECUERO, 2009a). Basicamente, a estrutura da página consiste em perfis pessoais e comunidades, também chamadas de grupos, aos quais se podem adicionar aplicativos, que podem ser jogos, testes, feeds, etc. Além disso, o *site* possibilita a opção “curtir”, que significa que o “[...] usuário se identificou com aquele conteúdo/aquela marca. Todos os seus cliques, comentários e postagens ficam registrados em sua própria página, alimentando-a com conteúdo referente a tudo o que o usuário fez, gostou ou desgostou desde que passou a utilizar a rede” (BRASIL, 2012c).

Assim, tem-se que o *Facebook*, por meio destas ações, propicia interação entre os sujeitos nele inseridos, uma vez que qualquer conteúdo postado pode ser objeto de comentários ou curtidas. Para o cidadão que faz uso dos perfis ou páginas do Governo, em especial, esta possibilidade de contato imediato representa uma grande mudança em comparação aos outros meios já existentes, em que o simples envio de reclamações ou a própria discussão sobre temas de interesse público eram impossíveis ou extremamente burocráticas e/ou lentas.

De acordo com o Manual da Secom, o uso de (*sites* de) redes sociais possuem três dogmas. O primeiro dita que “a verdade é algo repetido diversas vezes por diversas pessoas” (BRASIL, 2012c, p. 22). Assim, ressalta-se a instantaneidade dessas redes, uma vez que seus usuários normalmente não possuem muito tempo e, por isso, formam opiniões muito rapidamente de acordo com o conteúdo que acessam. Atualmente, não é mais necessário confirmar a veracidade de uma informação para tê-la como verdadeira, sendo que não existe uma blindagem para isto. A única possibilidade é manter um monitoramento

frequente das redes e, caso ocorra um boato falso, agir rapidamente, no sentido de manifestar-se e dar um posicionamento perante os internautas¹⁰ (BRASIL, 2012c, p. 22).

O segundo dogma indicado é o de que “grandes corporações estão erradas até que se prove o contrário” (BRASIL, 2012c, p. 23). Segundo explica o documento, a história latino-americana é bastante embasada em lutas de classe, em que se entende que as grandes empresas crescem e lucram por explorar funcionários e enganar consumidores (BRASIL, 2012c, p. 23). Logo, quando situações inexistentes são postas na rede como verdades, para a empresa é muito difícil superar, já que mesmo que respondam e se posicionem quanto ao fato, ainda terão que provar que não estão apenas querendo enganar os consumidores mais uma vez. Nesses casos, a resposta rápida deve ser ponderada, considerando o público que alcançará e com vistas a diminuir a crise, e não aumentá-la¹¹ (BRASIL, 2012c, p. 23).

O último dogma apresentado refere-se à linguagem utilizada, uma vez que “o usuário só entende quem fala a mesma língua que ele” (BRASIL, 2012c, p. 25). Com isto, sendo as redes sociais na *Internet* um ambiente em que os usuários buscam proximidade e um relacionamento mais próximo com empresas e outras instituições, as postagens ou respostas não podem possuir apenas um teor jurídico, que, ao não ser compreendidas, podem causar grande insatisfação¹². Além disso, no momento em que se dialoga com um internauta, é extremamente importante considerar que outros usuários também terão acesso à conversa, que é pública. Todos esses descuidos podem gerar mais discussão e acusações contra o perfil, o que acaba fortalecendo as crises e aumentando o número de internautas que tomam conhecimento do ocorrido (BRASIL, 2012c, p. 23). Sendo os *sites*

¹⁰ Um exemplo trazido no Manual é do Caso Actimel (laticínio da empresa Danone) na Argentina, no qual o produto foi acusado, por um falso especialista, de fazer mal a saúde se consumido diariamente. Após a propagação da acusação, foi necessária uma intensa campanha da empresa para reconstruir a confiança de seus consumidores (BRASIL, 2012c, p. 22-23).

¹¹ Em 2007, a empresa Abril (que possui inúmeras revistas e jornais), lançou uma ferramenta própria de *blog* dentro de sua página online, na qual os usuários poderiam criar seu próprio espaço de publicação. Um destes usuários, entretanto, acusou a empresa de realizar uma proposta de burla dos conteúdos, pelo qual os conteúdos dos blogueiros seriam utilizados para a empresa não mais necessitar contratar jornalistas. Na época, a Abril não se pronunciou por algum tempo, e a “crise institucional” diminuiu em algumas semanas, mas sua imagem restou prejudicada, uma vez que toda a sociedade a julgou culpada sem observar qualquer direito de defesa da acusada (BRASIL, 2012c, p. 24).

¹² O manual da Secom traz como exemplo a comunicação entre empresas em um *site* de reclamação de consumidores, o Reclame Aqui, no qual, devido às respostas automáticas e estritamente técnicas, não se tem a resolução de problemas e a insatisfação aumenta, o que acarreta em várias ocorrências perante o Procon (BRASIL, 2012c, p. 25).

de redes sociais imediatos e de rápida propagação, as proporções que uma resposta inadequada pode tomar são muito ampliados.

Estes três dogmas, apesar de não serem especificamente relacionados aos perfis governamentais, podem ser estendidos a todos os perfis e páginas públicas que buscam aproximar-se dos usuários e conseguir seu apoio (que podem ser ilustrados com a opção curtir, seguir, etc). Portanto, os perfis públicos necessitam sempre estar atentos a essas possibilidades, que podem efetivamente danificar a imagem consolidada de um órgão ou empresa.

Em especial às páginas do governo, outras três situações comuns podem ser citadas. Em primeiro lugar, os próprios servidores podem “falar mais do que devem” nas redes. É possível que o conteúdo seja de crítica a programas, ações ou aos hierárquicos superiores, e isto é natural que ocorra (BRASIL, 2012c, p. 26-27). Ainda, é possível que a própria instituição lance projetos que exponham alguma fraqueza, como, por exemplos, aqueles que tentam superar pontos débeis a ser melhorados e, desta forma, podem ser alvo de exploração por terceiros em detrimento da instituição. Por último, é possível que problemas sejam inventados ou aumentados com muita facilidade nas redes, o que possibilita grande potencial de crises (BRASIL, 2012c, p. 26-27).

Para lidar com esses problemas, existem algumas indicações: é necessário monitorar frequentemente cada página *online*, bem como as principais campanhas/temas, já detectando eventuais possibilidades de crise; os gerentes dos perfis devem possuir uma relação sólida com o público, que, por ser baseada na confiança gere uma “blindagem” natural; e investir nos conteúdos postados, que devem ser apropriados às redes sociais na *Internet*, ou seja, simples, fáceis e diretos, com a menor extensão possível, para que não seja possível uma “[...] propagação de uma informação errada creditada a ela” (BRASIL, 2012c, p. 27).

Imperioso ressaltar, neste contexto, que a simplicidade necessária não implica em informações pela metade ou em linguagem excessivamente íntima com o cidadão. “Independentemente de se estar em uma rede social, deve-se compreender que o emissor oficial da informação é o Governo Federal – e que a própria forma com que o conteúdo é postado interfere em sua credibilidade” (BRASIL, 2012c, p. 28). Dessa forma, existem diretrizes específicas para o Governo na utilização de cada uma das redes sociais inseridas na *Internet*, que devem ser estritamente observadas para a manutenção da imagem do órgão bem como da confiança existente entre esse e seu usuário.

Neste intuito, o próximo tópico objetiva analisar a página do Gabinete Digital do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*, com o intuito de observar se de que forma o Poder Executivo Estadual, neste caso específico, vem utilizando as redes sociais *online*.

3 O Gabinete Digital do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*

O Gabinete Digital do Rio Grande do Sul consiste em uma nova forma de participação do cidadão com o Governo Executivo Estadual, por meio de ferramentas *online* para que o participante possa influenciar na gestão pública e exercer maior controle social sobre as políticas estatais, ampliando e fortalecendo a democracia e a cidadania. Estando vinculado à Secretaria Geral do Governo do Estado do RS, a iniciativa é oficial do Poder Executivo do Estado e já recebeu diversos prêmios pela inovação na forma de aproximar governo e governados, citando-se, entre eles, o Prêmio E-gov, de excelência em governo eletrônico, concedido pela Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Tecnologia da Informação e Comunicação (ABEP) e o Prêmio TI & Governo 2011, na categoria e-democracia, concedido pela Plano Editorial (GABINETE DIGITAL, 2014e), entre outros.

O Gabinete Digital utiliza de três redes para atingir o cidadão: o *Facebook*, o *Twitter* e o *feed de notícias*, que costumeiramente encaminha para os *e-mails* dos cadastrados as últimas publicações da página. Para esta pesquisa, será analisada a *fanpage* (página) do Gabinete Digital no *Facebook*, atualmente tida como o *site* de rede social mais utilizado pelos brasileiros (LAFLOUFA, 2014).

A página do Gabinete Digital foi criada no *Facebook* em maio de 2011, estando hoje com, aproximadamente, 11.500 (onze mil e quinhentos) fãs (GABINETE DIGITAL, 2014c) – que são aqueles internautas que seguem a *fanpage*. Visa ser um “Canal de participação e diálogo entre o governo do Rio Grande do Sul e a sociedade gaúcha” (GABINETE DIGITAL, 2014e), possibilitando que o cidadão tenha em sua própria página do *Facebook* as notícias, novidades e demais *posts* criados pelo Governo. Consoante aponta a própria página, o Gabinete Digital trouxe importantes resultados, “como a geração de políticas públicas e a definição de ações pelo Governo do Rio Grande do Sul” (GABINETE DIGITAL, 2014e).

Figura 1 – Cabeçalho da Página do Gabinete Digital no *Facebook*.



Fonte: GABINETE DIGITAL (2014a).

Como é possível ser observado na Figura 1, acima, o cabeçalho da página do Gabinete Digital possui uma foto de capa, normalmente veiculada a alguma campanha do Governo Estadual e a foto de perfil, nesta imagem sendo apresentada apenas com o nome do programa. Além disso, existe a opção “curtir” a página, seguir suas postagens e enviar mensagens privadas, iniciativa que a diferencia de muitas páginas governamentais que não possibilitam esta ferramenta. Com esta opção, o cidadão internauta tem condições de entrar em contato com o Governo Executivo Estadual, requerendo explicações ou qualquer outro tipo de informação desejada.

No entanto, apesar da possibilidade desta mensagem privada, a página possibilita que os internautas façam comentários de forma pública, ou seja, visíveis para qualquer usuário. Este ponto é essencial para que se garanta a transparência e a possibilidade de que pessoas não satisfeitas com a atual política se manifestem, permitindo a liberdade de expressão e a aceitação de críticas pelo governo, que por meio delas, poderá corrigir problemas ou imperfeições. Nas manifestações na página do Gabinete Digital, não obstante, observa-se que grande parte origina-se do próprio Gabinete ou de outros setores do governo, o que não exclui a população de manifestar-se, como é o caso dos reiterados pedidos de apoio do

Governador ao movimento “Ocupa Saraí”, que discute questões de moradia e ocupação de um prédio no centro de Porto Alegre – RS (GABINETE DIGITAL, 2014d).

Além disto, outro espaço permite a livre manifestação dos internautas que acessam a página do Gabinete Digital: o das “Avaliações”. Estas funcionam de maneira bastante simples: basta o usuário, já “logado” em sua conta do *Facebook*, dar uma avaliação entre uma e cinco estrelas para a *fanpage*, podendo realizar comentários ou apenas atribuir a nota.

Figura 1 - Avaliações da *fanpage* do Gabinete Digital no *Facebook*.

Avaliações Escreva uma avaliação

Classificação de usuário média
4,5

Distribuição

5 ★	35
4 ★	4
3 ★	4
2 ★	1
1 ★	2

Também Em
Foursquare

Review 1: [User profile picture] [Redacted name] ★★★★★
importante espaço para diálogo entre governo e sociedade ..
Curtir · Comentar · há ± 7 meses
5 pessoas curtiram isso.
Escreva um comentário...

Review 2: [User profile picture] Adriano S. Ribeiro ★★★★★
Os debates do Gabinete Digital são fontes formidáveis de aprendizado. Em todos os que eu fui, adquiri conhecimento de fatos importantes que eu ignorava. Obrigado ao Gabinete por me manter sempre atualizado.
Curtir · Comentar · há ± 9 meses
3 pessoas curtiram isso.

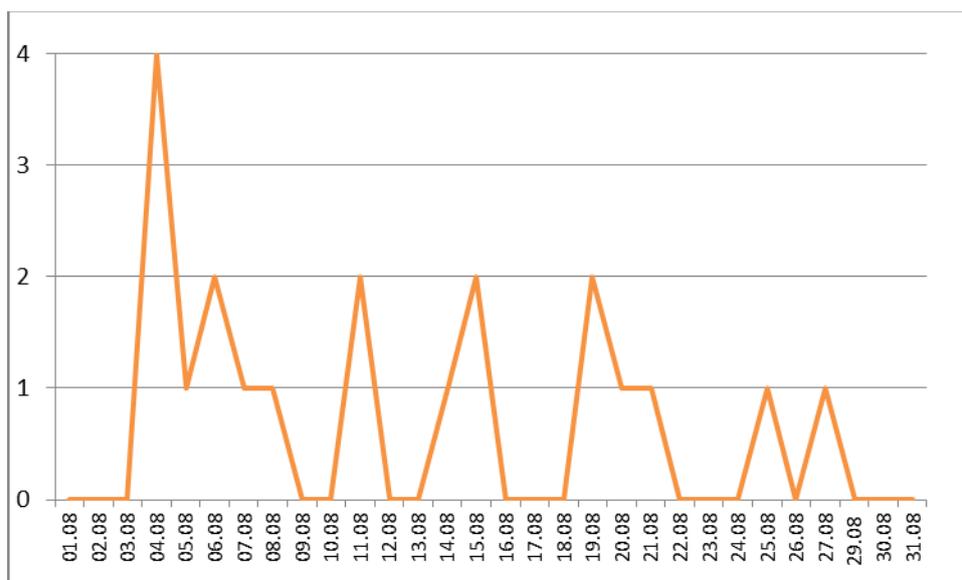
Fonte: GABINETE DIGITAL (2014d).

Consoante a Figura 2, das 46 (quarenta e seis) avaliações dadas à página, a maioria absoluta a considera “cinco estrelas”, sendo que um número menor a avaliou como “três ou quatro estrelas” e um número muito pequeno como “uma ou duas estrelas”. Os primeiros comentários que aparecem nas avaliações são de sete e nove meses atrás, respectivamente, e apontam com euforia as possibilidades democráticas da página. Ao se visualizar outras avaliações, que estão na rolagem da página, é possível encontrar-se comentários desfavoráveis, como, por exemplo, “[...] é uma farsa” ou críticas a determinados órgãos ou agentes públicos do Governo atual (GABINETE DIGITAL, 2014a). No entanto, a grande maioria das avaliações não são acompanhadas de qualquer opinião daqueles que as deram.

Para a análise que será realizada a seguir, foram observados os *posts* realizados na página durante o mês de agosto de 2014. No intuito de visualizar se as postagens atingem um número razoável de internautas, observou-se a data da postagem, o tema, o número de curtidas, o número de comentários e o número de compartilhamentos (se estes existiram), bem como se o Gabinete Digital veiculou suas postagens a conteúdos externos ao *Facebook* (portal oficial, outros *sites* ou *blogs*).

Assim, foram analisados 20 (vinte) *posts* realizados pelo Gabinete Digital, sendo que o primeiro do mês ocorreu no dia 04 de agosto (segunda-feira). Como é possível de se observar no Gráfico 1, abaixo, a frequência de postagem não possuiu qualquer regularidade, sendo que no primeiro dia de postagens atingiu-se o maior número de *posts* em um único, quatro.

Gráfico 1 - Postagens por dia no mês de agosto de 2014.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

É importante ressaltar que as postagens ocorreram de forma não linear, mas sempre em dias de semana (de segunda a sexta), não havendo nenhuma publicação durante os dias do final de semana (sábado e domingo). Além disso, observando que o mês de agosto possui

31 dias e que o número total de postagens atingiu apenas 20 (vinte), tem-se que o Gabinete Digital realizou menos de uma postagem diária, permanecendo na média exata de 0,64 (zero vírgula sessenta e quatro) publicações por dia, não tendo uma postagem diária mesmo que excluídos os dias de final de semana (o mês de agosto de 2014 teve 21 dias úteis).

Os temas sobre os quais versam os *posts* do mês de agosto são bastante variados, embora prevaleçam aqueles que divulgam novos programas e eventos do Governo ou relacionados a temas governamentais. Também se pode destacar a promoção do controle popular de obras públicas, como é o caso de rodovias e hospitais. Dos temas tratados, os que mais receberam curtidas referiam-se a cursos para capacitação de jornalistas no Estado e de um evento que trazia casos bem-sucedidos da área da Comunicação Digital no Setor Público (dezesseis curtidas cada), como é possível se observar na figura 3, abaixo.

Figura 2 - Publicação mais curtida na página do Gabinete Digital no *Facebook*

Fonte: GABINETE DIGITAL (2014b).

Além do razoável número de curtidas, considerado muito baixo para uma página governamental com mais de onze mil seguidores, conclui-se que pouquíssimos foram os comentários dos internautas nas postagens do mês de agosto, sendo que do total de publicações, apenas três receberam algum comentário ou opinião dos usuários que a leram, de forma sucinta. No entanto, apesar de não emitir opinião, os maiores números de

interação ocorreram por meio do compartilhamento de publicações do Gabinete Digital por parte dos internautas, ação que aumenta o número de pessoas com acesso à publicação, uma vez que esta se torna parte do mural de quem a compartilhou e alcança seus amigos.

Por fim, importa ressaltar que absolutamente todas as publicações indicam um *link* externo ao *Facebook* para o internauta interessado em obter mais informações sobre o tema, seja do Portal Oficial do Gabinete Digital ou de outros endereços. Esta possibilidade de obter mais informações é costumeiramente indicada para qualquer gestor de páginas em redes sociais *online*, uma vez que a rede deve servir apenas como uma chamada àqueles que recebem as publicações, e não um dossiê completo sobre os temas. Assim, a rede social na *Internet* é sempre vista como um canal atrativo ao internauta, que pode acessar informações rápidas, verdadeiras e completas, na medida do possível.

Da breve análise realizada na página do Gabinete Digital do Governo do Rio Grande do Sul no *Facebook*, algumas observações merecem ser apontadas. Inicialmente, deve-se atentar ao fato de que as redes sociais *online* vêm sendo bastante utilizadas pelos Governos Executivos, seja do nível federal, estadual ou municipal. Como esta pesquisa baseou-se no nível estadual, não pode ser estendida aos outros níveis, mas certamente demonstra que para o Governo do Estado do Rio Grande do Sul é importante que o seu cidadão possa contata-lo ou acessa-lo de uma forma mais simples, sem a necessidade de acessar a *sites* formais, como tendem a ser os sítios oficiais dos Governos.

No entanto, para uma página criada há mais de três anos, ainda em 2011, tem-se que o crescimento no número de pessoas que a seguem é bastante inexpressivo, o que pode ser relacionado a pouca frequência com a qual ocorrem as publicações na *fanpage*, bem como a pequena divulgação que possui. Sendo o Rio Grande do Sul um Estado que possui, de acordo com dados do Tribunal Superior de Justiça (BRASIL, 2014d), o total de 8.392.033 (oito milhões trezentos e noventa e dois mil e trinta e três) eleitores, o número de 11 (onze) mil seguidores da página do Governo, na rede mais acessada por brasileiros, é insignificante. É certo que a página ainda se desenvolve e vem crescendo, ainda que muito lentamente. No entanto, para uma sociedade em que a *Internet*, e especialmente o *Facebook*, possui tantos adeptos, é com surpresa que a página do Gabinete Digital do Governo Executivo do Rio Grande do Sul não demonstra angariar sucesso.

4 Conclusão

O uso de *sites* de redes sociais pelo governo brasileiro, especialmente devido às diretrizes do e-GOV no país, vem sendo uma das iniciativas pertinentes às novas tecnologias da informação e da comunicação que melhor possibilitou o contato entre governo e governados. Apesar do uso de portais oficiais do Poder Executivo existir há alguns anos, muitas deles há mais de uma década, as páginas criadas em redes sociais *online*, como o *Facebook*, são relativamente recentes, além de trazerem bons e importantes resultados.

O Governo Federal possui a melhor estruturação quando se trata do uso destas redes, consideradas mais informais que os sítios do governo. Por este motivo, suas diretrizes de “comportamento” para órgãos públicos devem ser consideradas, como é o caso do Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais, lançado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência (SECOM). De maneira bastante facilitada, este documento indica quais são os maiores obstáculos para que os governos se “exponham” em redes sociais *online*, e também traz quais são as melhores atitudes a serem tomadas em casos de exposição negativa ou qualquer tipo de problema para a imagem do órgão na *Internet*.

No intuito de analisar a iniciativa do Poder Executivo do Estado do Rio Grande do Sul no *Facebook*, por meio de sua página denominada “Gabinete Digital”, foram observados os *posts* realizados pelo Governo durante o mês de agosto de 2014, bem como a participação dos internautas por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Desta análise, restou determinado que durante os 31 (trinta e um) dias do mês de agosto, foram realizadas apenas 20 (vinte) postagens, apenas em dias de semana (de segunda a sexta-feira) e que em sua maioria versam sobre divulgações de eventos e de iniciativas do governo. Além disso, ainda que as publicações tenham um número pequeno, foi pouco expressiva a participação dos internautas, que ao longo do mês realizaram apenas três comentários acerca das notícias.

Pode-se veicular esta pequena participação justamente ao fato da página não ser modificada com frequência, o que também justifica o pequeno número de curtidas (pessoas que seguem a página) ao longo dos três anos de sua existência: apenas 11.500 (onze mil e quinhentos). Se considerado o número de cidadãos eleitores no Rio Grande do Sul, acima dos 08 (oito) milhões, tem-se que o número de seguidores do Governo Estadual é irrisório, representando muito menos de 1% (um por cento) do eleitorado gaúcho.

Destes pontos destacados, tem-se que a iniciativa do Poder Executivo Estadual, apesar de inovadora e propiciadora da democracia, por possibilitar que os cidadãos gaúchos tenham notícias e informações governamentais diretamente em suas páginas pessoais no *Facebook*, ainda está longe de ser um caso de sucesso nas políticas públicas de aproximação do governo e do cidadão. Isto porque a utilização das redes sociais *online* requer uma nova postura do Governo, que deve ser linear, constante e bem divulgada perante o internauta e o eleitor interessados.

Para que as redes sociais governamentais na *Internet* possam ser difundidas e a informação de interesse público alcance um número maior de pessoas, é necessário que exista, além de um cuidado com os conteúdos publicados, uma organização governamental para que estas informações sejam frequentes, que mantenham uma rotina de atualização e que se preocupem com o interesse do cidadão. Não basta criar a página: é necessário interagir, adicionar conteúdos, incentivar a discussão.

Portanto, somente se tomadas às devidas atitudes, com comprometimento e seriedade, sem olvidar do caráter informal da rede, é que os governos estaduais poderão tornar-se exemplos de interatividade e cidadania desejáveis para os moldes do e-GOV brasileiro.

5 Referências

BRASIL. **Decreto 3.294**, de 15 de dezembro de 1999.

Institui o Programa Sociedade da Informação e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3294.htm>. Acesso em: 05 jul. 2014.

BRASIL. **Decreto nº 7.675**, de 20 de janeiro de 2012. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7675.htm>. Acesso em: 29 ago. 2014 – a.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Portal de Governo Eletrônico do Brasil. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/o-gov.br/historico>>. Acesso em: 02 jul. 2014 – a.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Portal de Governo Eletrônico do Brasil**. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/redes-sociais/?searchterm=redes%20sociais>>. Acesso em: 02 ago. 2014 – b.

BRASIL. **Portaria nº 38 de 11 de junho de 2012**. Homologa a Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/>>

- arquivos/portaria-no-38-de-11-6-2012-homologa-a-norma-complementar-no-15-in01-dsic-gsivr-sobre-o-uso-das-redes-sociais-na-administracao-publica-federal/download>. Acesso em: 09 ago. 2014 – b.
- BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais**. 2012. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/comunicacao-digital/redes-sociais/publicacoes/manual-de-redes-sociais->>. Acesso em: 23 jul. 2014 - c.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral: o Tribunal da Democracia. **Estatísticas eleitorais 2014**. Disponível em: <www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais-2014-eleitorado>. Acesso em: 28 ago. 2014 – d.
- CALDERÓN. C.; LORENZO, S. **Open Government: Gobierno Abierto**. Jaén: Algón Editores, 2010. Disponível em: <http://www.martinolivera.com.ar/data/gobierno-abierto.pdf>. Acesso em: 08 jul. 2014.
- DE LOS RÍOS, Nagore. Los nuevos liderazgos. In: CALDERÓN. C.; LORENZO, S. **Open Government: Gobierno Abierto**. Jaén: Algón Editores, 2012. p. 185-197. Disponível em: <<http://www.martinolivera.com.ar/data/gobierno-abierto.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2014.
- GABINETE DIGITAL. Organização Governamental. **Avaliações**. <<https://www.facebook.com/gabinetedigitalrs?fref=ts>>. Acesso em: 29 ago. 2014 – a.
- GABINETE DIGITAL. Organização Governamental. Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabinetedigitalrs/photos/a.178664052249545.38047.175059972609953/622017054580907/?type=1&theater>>. Acesso em: 30 ago. 2014 – b.
- GABINETE DIGITAL. Organização Governamental. **Linha do Tempo**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabinetedigitalrs/timeline>>. Acesso em: 01 set. 2014 – c.
- GABINETE DIGITAL. Organização Governamental. **Publicações na página**. <<https://www.facebook.com/gabinetedigitalrs?fref=ts>>. Acesso em: 29 ago. 2014 – d.
- GABINETE DIGITAL. Organização Governamental. **Sobre**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabinetedigitalrs/info>>. Acesso em: 01 set. 2014 – e.
- LAFLOUFA, Jacqueline. **LinkedIn ultrapassa Twitter no Brasil como rede social mais usada**. 28 maio 2014. Disponível em: <www.brainstorm9.com.br/49115/social-media/linkedin-ultrapassa-twitter-brasil-como-rede-social-mais-usada/>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- RECUERO, Raquel. Rede Social. In: SPYER, Juliano (Org). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. 2009. Disponível em: <www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf> acesso em 15 set. 2013 – a.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wpcontent/uploads/redessociaisnainternetecuero.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2013 – b.
- VILLAR, Daniela. Estratégias de Ogov para un Desarrollo Sostenido. In: CALDERÓN. C.; LORENZO, S. **Open Government: Gobierno Abierto**. Jaén: Algón Editores, 2010. p. 199-212. Disponível em: <<http://www.martinolivera.com.ar/data/gobierno-abierto.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2014.