

OS IMPACTOS E IMPORTÂNCIA DO USO DAS REDES SOCIAIS PELA ADMISTRAÇÃO PÚBLICA

Adreéle Marques André¹; Luan Luís Martins^{2,5}; Danielle Leduc Bastos Redú^{3,5}; Rafael Furlan Lo Giudice^{4,5*}

¹ Graduanda em Publicidade e Propaganda, Faculdades integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS; ²Esp. em Marketing e Comunicação Corporativa – UNIARA; ³ Esp. em Marketing, Estratégia e Inovação – UNINTER; ⁴ Doutor em Comunicação – UNIP; ⁵ Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

* autor correspondente: furlangiudice@gmail.com

RESUMO

Ao longo dos anos os meios de comunicação sofreram profundas transformações, até atingirem a era da internet e das redes sociais, na qual atualmente vivemos. As transformações nos modelos de comunicação têm moldado a forma de como as organizações lidam com o relacionamento com o público, principalmente por meio das redes sociais. Com as mudanças surgidas no seio social, decorrentes dos avanços tecnológicos, foi necessário que a administração pública acompanhasse as tendências comunicativas e informativas adotadas até então pelo setor privado. Portanto, é de suma importância compreender como as redes sociais vêm sendo utilizadas pela gestão pública para a criação de um canal comunicativo direto com a população, de forma a propagar suas iniciativas, prestar contas, bem como acompanhar os anseios e necessidades dos cidadãos. Além do mais, o modelo atual de comunicação adotado pelos órgãos e entes públicos, por meio do uso e monitoramento das redes sociais, tem sido uma ferramenta altamente eficaz tanto para promoção e desenvolvimento da democracia e da cidadania, quanto para a ampliação da conscientização e participação política da sociedade. O uso das redes sociais por órgãos e agentes públicos tem gerado diversas mudanças na cultura organizacional da Administração Pública e tem demonstrado a necessidade de intensificação das práticas informativas acessíveis frente à crescente aceitação e utilização das redes sociais pelos brasileiros.

PALAVRA-CHAVE: mídias sociais; comunicação; administração pública; engajamento.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação surgiu da necessidade do homem em transmitir informações. Inicialmente se deu por meio de gestos e símbolos, desenvolvendo-se para a fala e posteriormente para a escrita, até alcançar a sua forma de propagação massiva por meio da máquina de prensa, do surgimento do telégrafo, do rádio, da televisão e, mais recentemente, do surgimento da internet e das redes sociais.

A modernização e o alcance atingidos pelos meios de comunicação se deram em razão do desenvolvimento tecnológico e principalmente pelo

surgimento da internet, o que impactou profundamente os mais variados seguimentos sociais, principalmente no modo de interação humana por meio das redes sociais.

Telles (2010, p.78, apud MIRANDA, 2010, p. 17) afirma que as redes sociais “são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seus perfis com dados [...], além de interagir com outros membros”.

O Brasil é um dos países com maior número usuários de redes sociais do mundo e, de acordo com uma pesquisa realizada pela empresa Global Web Index, é o segundo país onde as

pessoas mais dispõem tempo nas redes sociais (DUARTE, 2019).

O crescente movimento de utilização das redes sociais, seja para interação ou para busca de informações, tem gerado grande interesse quanto às inúmeras possibilidades de intercâmbio com o público.

Em um mundo globalizado, as redes sociais tornaram-se importantes ferramentas para o dia a dia das organizações e ficar de fora deste movimento é desacompanhar o processo de desenvolvimento social.

Compreendendo a relevância e alcance das redes sociais, os órgãos e agentes públicos têm adotado cada vez mais o uso dessas ferramentas como forma de criar um canal direto e efetivo com a população.

A utilização das redes sociais pelos órgãos e agentes da Administração Pública tem contribuído de forma direta, dentre outras finalidades, para o aumento da transparência dos atos públicos, para disseminações de informações e políticas públicas, como forma de obtenção de *feedback* da população e, ainda, como meio de contribuir para o desenvolvimento da democracia e cidadania.

Entretanto, a utilização das redes sociais pelo setor público ainda se trata de um movimento prematuro, que necessita ser compreendido e modulado. Em razão disso, buscamos com o presente trabalho realizar um estudo qualitativo acerca da utilização das mídias sociais na gestão pública, com foco na comunicação governamental, bem como buscamos analisar quais as orientações para utilização das redes sociais como canais entre Governo e sociedade.

O objetivo do presente estudo é avaliar a importância das redes sociais na gestão pública e sua contribuição para promoção da transparência e da informação, a fim de assim, garantir o exercício da democracia e cidadania na tomada de decisões, entre outros

aspectos contributivos para a gestão pública.

A temática se justifica em razão do crescimento da utilização das mídias sociais pela população brasileira nos últimos anos e nos benefícios que este movimento tecnológico pode propiciar para a Administração Pública.

Para a consecução do presente trabalho foi realizado levantamento bibliográfico, com foco em artigos e periódicos disponibilizados na internet, acerca do tema discutido. Os dados e as informações foram coletados na base de pesquisa do Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br/>), Scientific Electronic Library Online – Scielo (<http://scielo.org/php/index.php>) e demais periódicos online.

2 EVOLUÇÃO DOS PROCESSOS E MODELOS COMUNICACIONAIS

Segundo o Dicionário Online de Português (DICIO), a palavra comunicação define-se como a ação ou efeito de comunicar, de transmitir ou de receber ideias, conhecimento, mensagens etc., buscando compartilhar informações (COMUNICAÇÃO, 2021).

Para Chiavenato, “a comunicação é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social” (GOU-LART, *online*, 2015, apud CHIAVENATO, 2006, p. 142).

Pela simples significação da palavra comunicação, é possível constatar que a ação de comunicar é e foi de extrema importância para a existência da sociedade que hoje conhecemos, sobretudo pelo compartilhamento de informações.

O surgimento da comunicação se deu em razão da necessidade do homem em viver em sociedade e, por conseguinte, da necessidade de transmissão de informações indispensáveis à

manutenção da comunidade e da sobrevivência do grupo. Inicialmente, a comunicação se deu por meio da utilização de gestos, ruídos, mímica, desenhos e demarcações territoriais, até chegar à forma de comunicar que hoje conhecemos.

Barros, Souza e Teixeira (2020, p. 05) afirmam que:

... na medida em que a evolução do homem caminhava, as formas de comunicação eram fundamentais para o seu progresso, principalmente pela necessidade de registrar os avanços e compartilhar as informações e dados com as gerações vindouras, permitindo um acúmulo do conhecimento e um desenvolvimento contínuo.

De acordo com Barros, Souza e Teixeira (2020, p. 05-06, apud DeFleur e Ball-Rokeach, 1993, p. 11-12), os avanços sociais ocorridos ao longo dos séculos se deram, principalmente, em razão do desenvolvimento dos processos e meios comunicacionais, razão pela qual a história deveria ser subdivida em períodos de acordo com os processos de comunicação desenvolvidos.

DeFleur e Ball-Rokeach (2018) subdividem a história de acordo com a evolução da comunicação, cujos períodos foram divididos em seis eras, a saber, dos símbolos e sinais, da fala e da linguagem, da escrita, da impressão, da comunicação de massa e dos computadores.

A era dos símbolos e sinais corresponde ao primeiro período do desenvolvimento da capacidade humana de se comunicar, a qual se dava em razão dos sentidos instintivos dos hominídeos. Neste período, a comunicação dos ancestrais do homem era realizada por intermédio da “emissão de sons [...] como rosnados, roncões e guinchos, além de linguagem corporal, provavelmente incluindo gestos com mãos ou braços, e movimentos e posturas de maior amplitude” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH,

1993, p. 13).

A era da fala e da linguagem teve sua origem no período em que os hominídeos associavam determinados sons a objetos específicos, por meio do processo de significação dos signos. Este período fora marcado também pela utilização de pinturas como forma de representação do cotidiano e transmissão de saberes. Neste momento histórico ainda não havia sido inventada a escrita, todavia, a linguagem falada possibilitou grandes avanços como a transição do estilo de vida nômade de coletores e caçadores, para o surgimento de grandes civilizações (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 15).

A era da escrita ocorreu de maneira simultânea e independente, em diversas partes do mundo, marcando a passagem de representações por desenhos e pinturas para sistemas fonéticos. Com o avanço das relações humanas, com o surgimento da propriedade e do comércio, fora necessário criar mecanismos padronizados de maneira a ser possível decifrar mensagens de pessoas distantes ou até de pessoas que já haviam morrido. A escrita alfabética foi uma das mais significativas realizações dos seres humanos e que influenciou de maneira direta no desenvolvimento das civilizações (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 16-18).

O marco da idade ou era da impressão se deu com o surgimento da máquina de impressão tipográfica inventada pelo alemão Johann Gutenberg, no século XV. O invento possibilitou a fabricação de livros em massa, que até então eram frutos de manuscritos acessíveis à apenas poucas pessoas que sabiam ler na idade média, tais como os padres, elites políticas, eruditos e escribas (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 18).

A era da comunicação de massa se iniciou com a invenção da imprensa em massa. Nesta época, o ritmo da comunicação humana se intensificou, dando aso ao surgimento dos jornais, do

telégrafo, do cinema, rádio e televisão (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 20).

A era dos computadores, período atual, que se encontrava em sua fase inicial na época do desenvolvimento da obra de DeFleur e Ball-Rokeach. Este período está intimamente ligado ao surgimento dos computadores e, de maneira mais intensificada, com a invenção da internet. Esta era, também conhecida como era da tecnologia ou da informação, alterou significativamente o modo do homem se comunicar e de transmitir informações, que tem se dado por intermédio do ciberespaço, termo criado por William Gibson (1984), no livro *Neuromancer*, e que se refere “a um espaço virtual composto por cada computador e usuário conectados em uma rede mundial” (VESCE, 2021).

Assim, constata-se que a evolução da comunicação humana permitiu o acúmulo e aprimoramento dos meios e formas da própria comunicação, bem como foi base para sustentação da sociedade e de seu desenvolvimento.

2.1 Análise e orientações gerais de utilização das mídias sociais como perfil institucional da administração pública

Sabe-se que as redes sociais possuem grande impacto na sociedade atual, interferindo diretamente nas ações e comportamentos humanos, na maneira como nos comunicamos e na forma como buscamos informações. Em razão disso, tanto o setor privado, quanto o público, têm adotado as redes sociais como canais diretos para com a sociedade.

Por meio de análises de dados fornecidos pelas próprias plataformas digitais, como curtidas, comentários e compartilhamentos, é possível conhecer e entender o comportamento dos internautas que se conectam com determinada página ou conteúdo. Desse modo, é possível criar distintas estratégias eficazes para criar relacionamento e se

comunicar com o público-alvo.

A empresária e autora Charlene Li criou a “Pirâmide do Engajamento” que descreve e distingue os diversos usuários das redes sociais e suas dinâmicas e participações nas plataformas sociais (Secretaria de Comunicação Social, 2014):

Figura 1. Pirâmide do engajamento de Charlene Li.



Fonte: Secretaria de Comunicação Social, 2014.

Os cinco pilares que formam os princípios básicos do engajamento começa pela (i) curadoria (que são os usuários com maior engajamento junto ao perfil da rede social e que despendem mais tempo nele); (ii) produção (representado pelas pessoas que criam o próprio conteúdo em seus perfis e trafegam por diversas plataformas); (iii) comentários (são os que mesmo não produzindo em grande proporção, participam de maneira opinativa, gerando discussões e debates); (iv) compartilhamentos (são aqueles perfis que não criam conteúdos mas são participativos nas redes sociais disseminando conteúdos alheio em seu próprio perfil) e (v) observação (aqui se encontra a maior parte da população brasileira, não comenta, não opina e nem discute sobre o conteúdo, apenas lê a informação sem compartilhar ou interagir) (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2014).

As mídias sociais transformaram a comunicação em algo abrangente, em que não há limitação de informações, tornando um ambiente cheio de conhecimentos e ideias distintas. Por ter um

grande alcance e ser de fácil acesso, as mídias sociais interferem diretamente na construção do ser humano, moldando suas ações, forma de pensar e agir.

A formação do senso crítico de um cidadão acontece a partir do momento que ele tem contato com diversos fatores e atores sociais, e as informações são de suma importância para promover a reflexão crítica do indivíduo.

Em contrapartida a facilidade de acesso às informações, de contado com outras pessoas, culturas e pensamentos, originou-se o fenômeno social do imediatismo, no qual a multiplicidade de informações faz com que as pessoas não absorvam a ideia crítica de uma informação, deixando de filtrá-la na ansiedade de executar a próxima atividade. Esse fator prejudica o processo da comunicação, uma vez que deixa de acrescentar pontos importantes, ou até mesmo, transmite uma mensagem errônea sobre uma dada informação (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2014).

No anseio de atingir maiores pessoas, de maneira mais rápida e eficaz, as redes sociais são ferramentas que vêm sendo utilizadas e exploradas. As redes sociais são um modo de entretenimento que agrada a maior parte da população, por serem ambientes divertidos e interativos, percebendo esse fator, tanto o setor privado quanto o setor público, deixaram de se comunicar apenas por portais e blogs de notícias e começaram a criar perfis nas diversas redes sociais, com intuito de se aproximar mais do seu público-alvo.

Os avanços na indústria da tecnologia permitiram várias formas de interação por meio das telas dos smartphones, como fazer uma transmissão ao vivo, sendo, que quem assiste consegue interagir no mesmo momento, ao comentar, o que acontece de forma simultânea. Além de inúmeras maneiras de deixar esse contato menos “frio”, como através de enquetes, caixas de perguntas, *inbox*,

são estratégias usadas para estreitar a relação o internauta.

No primeiro semestre de 2020, o Brasil possuía cerca de 211,8 milhões de habitantes, segundo o endereço virtual da Agência Notícia IBGE (Agência IBGE Notícias, 2020). De acordo com o endereço virtual Resultados Digitais, no ano de 2020 a rede social mais acessada pelos brasileiros foi o *Facebook*, com cerca de 130 milhões de usuários na plataforma, o que soma mais da metade da população brasileira. Na sequência, em 2º lugar do ranking vem o *WhatsApp* com 120 milhões de contas, o *Youtube* na sequência com 105 milhões de usuários e o *Instagram* na 4ª posição com 95 milhões de perfis (VOLPATO, 2020).

Ao analisar os números, é possível ver de maneira clara o impacto e importância do uso das redes sociais, pois a internet e a mídias sociais possibilitam a existência de um canal de comunicação direto com toda sociedade, facilitando conhecer seus anseios e necessidades. Assim, o uso dessas ferramentas são meios eficazes para criar um canal direto entre a Administração Pública e a população.

As organizações públicas têm buscado utilizar as tecnologias da informação e as mídias sociais para oferecer serviços online, aumentar a transparência pública, reduzir custos e incentivar a participação ativa da sociedade, promovendo assim o exercício da democracia e da cidadania, por isso, é de suma importância analisar os impactos que estas ferramentas têm causado na gestão pública.

E por isso, como em qualquer veículo de comunicação, os perfis oficiais devem seguir uma estratégia de planejamento e cronogramas, definir o que se quer comunicar com os cidadãos, traçando metas para alcançar os objetivos. Deve-se manter um padrão visual e linguagem de fácil interpretação, para que o receptor reconheça no primeiro momento do que se trata.

Acompanhar e monitorar os perfis é fundamental, pois assim é possível conhecer o comportamento dos seguidores, enxergar por meio da sua perspectiva e identificar possíveis oportunidades de execução da produção e disseminação do assunto.

Em paralelo a isso, deve-se observar as métricas que as próprias plataformas disponibilizam, os gráficos mostram o desempenho e resultados das estratégias elaboradas. Como um termômetro que irá mensurar os assuntos que o público prefere acompanhar, o dia e hora ideal para fazer a postagem, alcançando mais pessoas, menções, termos e expressões mais citados em relação ao perfil.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer de sua existência, o indivíduo desenvolveu várias maneiras de se comunicar, passando por símbolos e sinais, a era da fala e da linguagem, era da escrita, era da impressão, era dos meios de comunicação de massa e do computador. Nas duas últimas fases potencializaram sua dimensão, alcançando mais pessoas, pois os avanços tecnológicos acabaram aproximando os sujeitos, e encurtando o tempo de disseminação das mensagens.

Os meios de comunicação de massa se transformaram na era digital, nas mídias sociais, o setor público se viu na obrigação de estreitar e fortalecer os laços com os cidadãos, já que o ambiente digital transformou a comunicação. Deixou de ser uma via de mão única, onde o interlocutor apenas transmitia uma mensagem para o receptor, criou-se então, um espaço de interação, enriquecendo e fortalecendo o ato democrático.

Por fim, vale lembrar que os perfis de órgãos oficiais precisam estar prontos para situações em que as informações serão distorcidas e opiniões discordantes farão parte do cotidiano dos perfis

dos órgãos públicos, e criar um relacionamento com base na transparência de informações e credibilidade é o caminho ideal para o gerenciamento de crise.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. G.; SOUZA, C. H. M.; TEIXEIRA, R. Evolução das Comunicações até a Internet das Coisas: A Passagem para uma nova era da comunicação humana. *Cadernos de Educação Básica*, v. 5. n. 3. 2020. Disponível em: <<https://www.cp2.g12.br/ojs/index.php/cadernos/article/view/3065>>. Acesso em: 31 maio 2021.

COMUNICAÇÃO. *In: DICIO* Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 31 maio 2021.

DEFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S. J. *Teorias da Comunicação em Massa*. Editora Zahar. Disponível em: <<file:///C:/Users/User/Downloads/Teorias%20da%20Comunicacao%20de%20Massa%20-%20Melvin%20DeFleur.PDF>>. Acesso em: 31 maio 2021.

DUARTE, F. Brasil é 'vice' em tempo gasto em redes em ranking dominado por 'emergentes'. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-496022371>>. Acesso em: 28 maio 2021.

FERNANDES, C. *Invenção da imprensa*. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiag/invencao-imprensa.htm>>. Acesso em: 31 maio 2021.

GOULART, F. *Funções da Comunicação Organizacional*. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/funes-da-comunicacao-organizacional/>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

IBGE divulga estimativa da população dos municípios para 2020. Agência IBGE Notícias. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/28668-ibge-divulga-estimativa-da-populacao-dos-municipios-para-2020>>. Acesso em: 14 ago. 2021.

MACHADO, G. M. História da Comunicação Humana. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/historia-da-comunicacao-humana/>>. Acesso em: 31 maio 2021.

MIRANDA, G. A. Mídias Sociais – O Marketing Como Forma de Comunicação. Orientador: Regina Célia Xavier dos Santos. 2010. 48 f. TCC (Graduação) – Curso de Comunicação Social, Centro Universitário de Brasília – UNICEUB, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS, Brasília, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1828/2/20722628.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2021.

PIEIDADE, J. A. S. O desenvolvimento da comunicação humana. Disponível em: <https://rickardo.com.br/textos/JAS-inclair_DesenvolvimentoComunicacaoHumana.pdf>. Acesso em: 31 maio 2021.

SILVA, J. S. História da comunicação e dos seus meios: um constitutivo pedagógico. Simpósio Internacional de Educação e Comunicação – SIMEDUC. Aracaju, 2016. Anais. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/simeduc/article/view/3308>>. Acesso em: 31 maio 2021.

VESCE, G. E. P. Ciberespaço. InfoEscola. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/internet/ciberespaco/>>. Acesso em: 30 maio 2021.

VOLPATO, B. Ranking: as redes sociais mais usadas em 2021 no Brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos. 11 jan. 2021. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 14 ago. 2021.