

A comunicação pública para o exercício da cidadania a partir das mídias sociais. Caso: *Twitter* Marconi Perillo

Eva Márcia A. O. RIBEIRO; Tiago MAINIERI

Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia- FACOMB

www.facomb.ufg.br

PALAVRAS CHAVES

Comunicação Pública; Mídias Sociais; Cidadania.

INTRODUÇÃO

Esse estudo tem como intuito se aprofundar no debate acerca das mídias sociais e comunicação pública, buscando reconhecer se as mídias sociais podem ser um *locus* para o exercício da comunicação pública.

A importância do tema se dá pela ênfase na comunicação pública tendo como objeto de estudo um tema atual e ainda pouco explorado pela academia, principalmente por pesquisadores do Estado de Goiás.

Além do interesse em estudar a comunicação pública, a seleção do objeto de pesquisa, o *twitter* do governador de Goiás Marconi Perillo, levou em conta a relação com o tema comunicação pública e atualidade das mídias sociais, que segundo vários autores, proporcionaram importantes mudanças na forma de interação e de comunicação entre os indivíduos.

Neste sentido, esse estudo pretende colaborar com a pesquisa no campo da comunicação pública no Estado de Goiás e também ser uma fonte de pesquisa para outros acadêmicos que quiserem aprofundar nessa temática.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Esse trabalho será dividido em três principais capítulos teóricos, abordando comunicação pública, mídia e cidadania. Finalizando com a metodologia, e posteriormente com os resultados alcançados e analisados com a pesquisa.

Para a reflexão teórica desse estudo, abordamos a comunicação pública no contexto da cidadania. A definição de comunicação pública é teorizada a partir de várias perspectivas, alguns autores a aproximam da esfera governamental, enquanto outros autores a relacionam com a esfera pública.

Na literatura que trata da comunicação pública, existe divergência de conceitos por diferentes autores. No entanto, iremos neste trabalho, pensar a comunicação pública como uma comunicação que proporciona o diálogo e o debate entre cidadão e governo.

Nesta perspectiva nos apoiamos em Zemor, para quem “espera-se da comunicação pública que sua prática contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público” (Zemor, 1995).

Desta forma, entendemos que para haver a prática da comunicação pública não basta apenas a divulgação das informações das instituições públicas, e sim propiciar uma troca, um debate, com assuntos de interesse e relevância pública, entre governo e sociedade.

Antes de abordar as mídias sociais, torna-se importante refletir teoricamente sobre a relação entre as mídias, ainda as tradicionais (de acordo com alguns autores), principalmente a televisão, e o processo político que a mídia no Brasil se desenvolveu, enfatizando a Rede Globo sob a perspectiva de Venício A. de Lima.

Para enfatizarmos o conceito de mídias sociais recorreremos a diferentes autores, que apontam que essas mídias alteram profundamente o modo das pessoas se comunicarem e interagirem socialmente.

Nessa perspectiva, apontada por Lemos e também enfatizada por Lévy (2010), podemos observar que a maior mudança proporcionada por essas mídias pós-massivas é permitir que qualquer indivíduo possa ser consumidor, produtor e transmitir informações.

Neste contexto, os autores ressaltam que a maior diferença das mídias pós-massivas, em relação às massivas tradicionais, não está apenas no âmbito de como as informações são consumidas, e sim também, nas formas de produção e distribuição dos conteúdos.

Os autores salientam que hoje não é exclusividade das empresas de comunicação emitir conteúdo, e sim, qualquer indivíduo com acesso ao ciberespaço.

E por fim, o capítulo de cidadania busca fazer uma delimitação teórica apoiada em diversos autores, com diferentes pontos de vista, incluindo a reflexão sobre o que é ser cidadão. Além dessa abordagem será também teorizado sobre a cidadania no Brasil e uma relação entre cidadania e comunicação.

Alguns autores, ao conceituar o que é cidadania, perguntam o que é ser cidadão? Covre considera que ser cidadão não é apenas ter direito a votar em

eleições, mas sim “significa ter direitos e deveres, ser súdito e ser soberano”. (COVRE, 1993, p.9).

De acordo com Márcia Duarte,

Cidadania implica em mobilização, cooperação e formação de vínculos de co-responsabilidade para com os interesses coletivos, e a regra da luta pela inclusão são as expectativas e opiniões conflitantes e não o consenso de vontades. Por isso mesmo, as lutas mais recentes por direitos políticos, civis e sociais ajudaram o Brasil a ampliar a noção de cidadania enquanto um direito universal, não restrito a grupos ou classes sociais, definindo o cidadão como um sujeito capaz de interferir na ordem social em que vive, participando das questões públicas, debatendo e deliberando sobre elas. (DUARTE, 2007b, p.111-112 b)

Assim, podemos compreender a relação dos conceitos de cidadania e comunicação pública e, entendendo a comunicação num sentido dialógico, percebe-se seu papel na promoção da participação e estímulo à prática da cidadania.

METODOLOGIA

Para responder aos questionamentos propostos e atingir os objetivos deste trabalho, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com o intuito de levantar uma base teórica sobre os conceitos apresentados e aprofundá-los, acerca dos temas: comunicação pública, mídias sociais, cidadania, entre outros.

Como esse trabalho se constitui como um estudo de caso, tendo como objeto de pesquisa o *twitter* do governador Marconi Perillo, usaremos como um dos métodos de pesquisa a qualitativa, através da pesquisa em profundidade.

A entrevista em profundidade, de acordo com Jorge Duarte, “*é uma técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las de forma estruturada*” (DUARTE, 2005, p.62).

Na entrevista em profundidade, as fontes a serem pesquisadas, devem ser selecionadas seguindo critérios de conhecimento e vivência do assunto que se queira pesquisar. Sendo assim, essa entrevista em profundidade será realizada com o governador Marconi Perillo.

De acordo com Gil (2002), no estudo de caso, pode-se utilizar mais de uma técnica de pesquisa. Neste sentido, utilizaremos também entrevistas fechadas, em forma de questionários.

As entrevistas fechadas e semi fechadas serão utilizadas com seguidores do *twitter* do governador, que serão escolhidos de acordo com cálculo amostral. Esse tipo de pesquisa, no estudo de caso, tende a completar as informações das pesquisas abertas e assim, aprofundar melhor as informações obtidas.

Assim, busca-se analisar como o governador percebe e utiliza essa mídia e como os seus seguidores também a percebem e a utilizam com o governador.

Com essa metodologia pretende-se saber se as redes sociais, estudada através do *twitter*, podem ser realmente consideradas um *locus* para a prática da comunicação pública.

Á GUIA DE UMA CONCLUSÃO

Para que as mídias sociais possam ser um *locus* para a prática da comunicação pública, temos que pensar que neste espaço deve ser priorizado o debate, constituindo-se num espaço de interação social e de trocas de conteúdo e de assuntos de relevância pública e interesse público.

As mídias sociais modificam a forma de interação entre os sujeitos do processo de comunicação, tornando esse processo mais interativo e participativo.

Entendemos que as mídias sociais possam ser um *locus* para se realizar discussões de interesse público, entre cidadão e governo. Torna-se, contudo, necessário que os governantes utilizem estas mídias para esse fim, e não apenas para a prática da divulgação de sua imagem, numa comunicação planejada e controlada.

O indivíduo, enquanto partícipe e usuário dessas mídias sociais, também deve cobrar essa postura dos governantes, para que os mesmos possam utilizá-las de forma a ser um espaço de interlocução e de debate.

Porém, cabe salientar que a própria utilização e apropriação das mídias sociais tanto pelas organizações quanto pelos seus públicos, constitui-se num fenômeno novo. Dessa forma, haverá um processo de amadurecimento diante das mídias sociais.

Em uma sociedade de massa, as relações são mediadas por meios de comunicação, de acordo com Thompson (2008). Assim, percebe-se a importância

das mídias sociais na constituição desse *locus* para uma comunicação mais dialógica e participativa.

Com a coleta de dados dessa pesquisa, que será realizada a partir do segundo semestre desse ano, pretende-se analisar se as mídias sociais, neste estudo representada pelo *twitter* do governador Marconi Perillo, podem se constituir como um *locus* para a prática da comunicação pública e cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COVRE, M. de L. M. **O que é cidadania**. 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública: estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. SP: Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, M. Y. Comunicação e cidadania IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007 b.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LEMOS, André e LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação)

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

ZÉMOR, P. **La communication publique**. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995. Tradução livre e resumida da obra realizada pela professora Elizabeth Brandão. Disponível: http://www.ucb.br/comsocial/mba/ComunicacaoPublicaPierreZemor_traducao.pdf. Acesso em: 17/12/2009.