

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

KÁRITA EMANUELLE RIBEIRO SENA

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E REDES DIGITAIS – ATORES, TÉCNICAS E
POLÍTICAS**

BAURU, SP

2020

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

KÁRITA EMANUELLE RIBEIRO SENA

DEFESA DE TESE DOUTORAL

Comunicação Pública e Redes Digitais – Atores, Técnicas e Políticas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (Unesp), como requisito para obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Orientadora: Prof. Dra. Caroline Kraus Luvizotto.

BAURU, SP

2020

S474c Sena, Kárita Emanuelle Ribeiro
 Comunicação Pública e Redes Digitais: : atores, técnicas e políticas
 / Kárita Emanuelle Ribeiro Sena. -- Bauru, 2020
 308 f. : il., tabs.

 Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
 Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru
 Orientadora: Caroline Kraus Luvizotto

 1. Comunicação. 2. Política de Comunicação. 3. Tecnologias de
 informação e comunicação. 4. Democracia. 5. Cidadania. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE KÁRITA EMANUELLE RIBEIRO SENA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 05 dias do mês de outubro do ano de 2020, às 14:00 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de KÁRITA EMANUELLE RIBEIRO SENA, intitulada **Comunicação Pública e Redes Digitais – Atores, Técnicas e Políticas**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Assistente Doutora CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO - Orientador(a), do(a) Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp - câmpus de Bauru / Universidade Estadual Paulista, Professor Associado CARLO JOSÉ NAPOLITANO do(a) Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp - câmpus de Bauru / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora MARIA TERESA MICELI KERBAUY do(a) Departamento de Ciências Sociais / Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Professor Doutor LUIZ CARLOS PINTO DA COSTA JÚNIOR do(a) Centro de Ciências Sociais / Universidade Católica de Pernambuco, Professor Doutor JULIANO MENDONÇA DOMINGUES DA SILVA do(a) Centro de Ciências Sociais - Departamento de Comunicação Social. / Universidade Católica de Pernambuco. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: _ _ _ **APROVADA** _ _ . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Caroline K. Luvizotto

DEDICATÓRIA

À Valentina e ao Bernardo, que me motivaram sem saber; Ao Marlos, pelo apoio incondicional.

AGRADECIMENTOS

Aqui presto meus agradecimentos a algumas das muitas pessoas e grupos que me auxiliaram nesta trajetória de pesquisa.

Aos Correios, aos gestores e à equipe de Comunicação de Mato Grosso do Sul, que me propiciaram a liberação parcial que tornou essa trajetória possível.

Aos amigos dos grupos de pesquisa ComMov e Ciberjor/UFMS pelas excelentes oportunidades de troca, em especial ao Gerson Martins, à Thaisa Bueno e ao Lucas Reino, que me auxiliaram desde antes de ingressar no doutorado.

À Cláudia Valente e ao Jorge Duarte, em nome de quem agradeço a todos da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública) pelas trocas e pelo apoio.

À amiga Karine Segatto, por gentilmente revisar a tese.

Aos colegas do doutorado, sempre colaborativos e, em especial, à Liliane Ito e à Tainah Veras que, além de grandes pesquisadoras, possuem valorosa generosidade, sem a qual tudo teria sido muito mais difícil para mim.

Aos professores, com quem tanto aprendi, e à equipe administrativa do PPGCOM da FAAC/Unesp, que muito me auxiliou. À minha orientadora Caroline Luvizotto, pela sua competência, disponibilidade e sensibilidade, que foram fundamentais nessa jornada.

Aos muitos amigos queridos que me apoiaram e aos companheiros da Concafras, em Mato Grosso do Sul e no Brasil, que me forneceram condições para seguir com mais equilíbrio emocional e espiritual.

À minha família, que me sustentou nos momentos difíceis e me fez enxergar melhor as conquistas. Sinto-me no dever de citar meus filhos Valentina e Bernardo, meu esposo Marlos, meus pais Waldenira e Rubens, meus sogros Kátia e Paulo, minha irmã Kassiane e minha cunhada Edilene.

A Deus, pai protetor e amigo, que me fortaleceu em todos os instantes.

A todos e a todas, o que há de melhor em mim sobre gratidão.

EPÍGRAFE

À proporção que a voz do Progresso vai soando pelo meio dos séculos pouco a pouco a razão humana triunfa contra os preconceitos e a realidade contra as tradições vestutas da sociedade. Anália Franco, 1899.

RESUMO

A partir de princípios que norteiam a Comunicação Pública, esta pesquisa busca investigar lógicas por trás de políticas e técnicas adotadas em experiências que partem de diferentes atores sociais com o propósito de incremento à cidadania e que estão apoiadas em tecnologias digitais. O objetivo foi traçado a partir do seguinte problema de pesquisa: Como instituições do poder público, do mercado e da sociedade civil relacionam tecnologias digitais e incremento à cidadania, no contexto da Comunicação Pública? Nesta pesquisa, defendemos a tese de que diferentes atores sociais têm desenvolvido iniciativas que aliam recursos técnicos e foco na cidadania, podendo ser caracterizadas como práticas que materializam pressupostos da Comunicação Pública ante um espaço público midiaticizado. O aporte teórico parte de estudos da Comunicação Pública e de redes digitais, tendo como pano de fundo o fenômeno da Midiatização e seus reflexos para a esfera pública no contexto contemporâneo, considerando práticas de racionalidade neoliberal em contexto digital. O enfoque foi direcionado aos estudos e experiências que se voltam a tecnologias móveis e processos inovativos para incremento à cidadania. O *corpus* compreende os projetos Fala.BR, da Controladoria-Geral da União - governo federal; Serenata de Amor, da Open Knowledge Brasil, e Guia do Voto, do Grupo Votorantim. As experiências foram analisadas a partir de uma perspectiva que abrange atores, técnicas e políticas. Utilizamos como estratégia metodológica os parâmetros do Estudo de Caso, buscando uma triangulação que contemplou, além de Pesquisa Bibliográfica e Documental, a Observação Sistemática, para as análises das funcionalidades *mobile* e das características da comunicação em rede, e a Análise de Conteúdo para investigação das normativas e documentos das organizações. Verificamos que as experiências analisadas foram desenvolvidas a partir de diferentes lógicas, conformadas às estratégias das organizações promotoras e dos setores sociais em que estão inseridas. Os resultados sugerem que nem todos preceitos básicos da Comunicação Pública são atendidos e nem sempre a participação social é privilegiada. Há falhas nas diretrizes institucionais e no quesito transparência. Por outro lado, verificamos que há uma materialização parcial de preceitos da Comunicação Pública, advinda de diferentes setores da sociedade – Estado, mercado e sociedade civil – demonstrando que há uma atuação com foco na promoção da Cidadania apoiada em tecnologias digitais no Brasil.

Palavras-chave: Comunicação; Política de Comunicação; Tecnologias de informação e comunicação; Democracia; Cidadania.

ABSTRACT

Based on principles that guide Public Communication, this research seeks to investigate logics behind policies and techniques adopted in experiences that start from different social actors with the purpose of increasing citizenship and that are supported by digital technologies. The objective was based on the research problem: How do institutions of public power, the market and civil society relate digital technologies and increase citizenship in the context of Public Communication? In this research, we defend the thesis that different social actors have developed initiatives that combine technical resources and focus on citizenship and can be characterized as practices that materialize precepts of Public Communication before a mediatized public space. The theoretical subsidy starts from studies of Public Communication and digital networks, having as a backdrop the phenomenon of Mediatization and its reflexes to the public sphere in the contemporary context, considering practices of neoliberal rationality in a digital context. The focus was directed to studies and experiences that are related to mobile technologies and innovative processes to increase citizenship. The corpus comprises the projects Fala.BR, of the Controladoria-Geral da União - federal government; Serenata de Amor, by Open Knowledge Brasil, and Guia do Voto, by Grupo Votorantim. The experiences were analyzed from a perspective that includes actors, techniques and policies. For our methodological strategy, we used the parameters of the Case Study Research, seeking a triangulation that included, in addition to Bibliographic and Documentary Research, the Systematic Observation, for the analysis of mobile functionalities and the characteristics of network communication, and Content Analysis for investigation of internal rules and documents of organizations. We verified that the analyzed experiences were developed from different logics, conformed to the strategies of the promoting organizations and the social sectors in which they are inserted. The results suggest that not all basic precepts of Public Communication are achieved and social participation is not always privileged. There are gaps in institutional guidelines and transparency. On the other hand, we verify that there is a partial materialization of precepts of Public Communication, coming from different sectors of society – State, market and civil society – demonstrating that there is an action focused on promoting Citizenship supported by digital technologies in Brazil.

Keywords: Communication; Communication Policy; Information and communication technologies; Democracy; Citizenship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Esquema conceitual da Comunicação Pública.....	59
Figura 2: Novas características incorporadas aos dispositivos móveis - Tactilidade...	102
Figura 3: Experiências selecionadas para Estudo de Caso	127
Figura 4: Página inicial do Fala.BR	132
Figura 5: Página inicial da Operação Serenata de Amor.....	138
Figura 6: Páginas de Rosie, no Twitter, e de Jarbas	140
Figura 7: Página inicial do Guia do Voto	136
Figura 8: Organograma Geral da CGU.....	143
Figura 9: Panorama de atuação do Grupo Votorantim	148
Figura 10: Dimensão técnica - Categorias de Análise.....	157
Figura 11: <i>Chatbot</i> Cida da CGU	162
Figura 12: Imagem de Rosie.....	167
Figura 13: Solicitação de Cadastro Guia do Voto	164
Figura 14: Dimensão Técnica Fase 2 – Funcionalidades <i>Mobile</i> em Rede.....	170
Figura 15: Tela do jogo Só para Constar, o <i>game</i> da Constituição	173
Figura 16: Projeto Câmara 360° do LabHacker da Câmara dos Deputados.....	178
Figura 17: Nivelabilidade – Tela na vertical das experiências analisadas	179
Figura 18: Nivelabilidade – Tela na horizontal das experiências analisadas	180
Figura 19: Exemplos de usos de Localibilidade para Comunicação Pública em plataformas digitais	182
Figura 20: Exemplos de usos de Opticabilidade para Comunicação Pública em plataformas digitais	186
Figura 21: Exemplos de uso da Opticabilidade nas experiências analisadas	188
Figura 22: Exemplos de usos de Plasticidade para Comunicação Pública em plataformas digitais	190
Figura 23: Exemplos de uso da Plasticidade nas experiências analisadas	192
Figura 24: Exemplos de usos de Interatividade para Comunicação Pública em plataformas digitais	194
Figura 25: Exemplos de uso da Interatividade nas experiências analisadas.....	196
Figura 26: Exemplos de usos de Hipertextualidade para Comunicação Pública em plataformas digitais	198
Figura 27: Exemplos de uso da Hipertextualidade nas experiências analisadas	201
Figura 28: Exemplos de usos de Multimedialidade para Comunicação Pública em plataformas digitais	203

Figura 29: Exemplos de uso da Multimedialidade nas experiências analisadas	205
Figura 30: Exemplos de usos de Memória para Comunicação Pública em plataformas digitais	207
Figura 31: Exemplos de uso da Memória nas experiências analisadas	210
Figura 32: Dimensão Política analisada	216
Figura 33: Mapa Estratégico CGU 2016-2019.....	217
Figura 34: Mapa Estratégico da CGU 2020-2023	219
Figura 35: Nuvem de palavras: preceitos da Comunicação Pública nas experiências analisadas.....	237
Figura 36: Nuvem de palavras: diretrizes institucionais nas experiências analisadas..	245
Figura 37: Nuvem de palavras: transparência nas experiências analisadas.....	266
Figura 38: Resultados operacionais da Votorantim 2018/2019.....	273
Figura 39: Foco dos investimentos da Votorantim 2018.....	274
Figura 40: Receitas e despesas da Open Knowledge Brasil em 2018	274

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Recursos característicos da comunicação em rede.....	97
Quadro 2: Dimensão Técnica – Presença em ambientes digitais: versão <i>mobile</i>	158
Quadro 3: Plataformas analisadas.....	171
Quadro 4: Sistema de codificação para análise de políticas de Comunicação Pública..	236
Quadro 5: Ações integradas – CGU	253
Quadro 6: Ações integradas – Votorantim	257
Quadro 7: Ações integradas – Open Knowledge Brasil.....	260

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Tactilidade	174
Tabela 2: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Nivelabilidade	178
Tabela 3: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Localibilidade.....	183
Tabela 4: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Opticabilidade	186
Tabela 5: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Plasticidade.....	191
Tabela 6: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Interatividade.....	195
Tabela 7: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Hipertextualidade .	199
Tabela 8: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Multimedialidade ..	204
Tabela 9: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Memória	208
Tabela 10: Experiências na Comunicação Pública: Observação Geral nas Plataformas Analisadas.....	211
Tabela 11: Centralidade no cidadão	238
Tabela 12: Participação social	240
Tabela 13: Interesse público	243
Tabela 14: Compromisso institucional com a democracia.....	246
Tabela 15: Programa institucional relacionado	249
Tabela 16: Ações institucionais integradas	251
Tabela 17: Política de continuidade.....	263
Tabela 18: Publicização/Resultados	267
Tabela 19: Publicização/Repercussão	270
Tabela 20: Prestação de contas.....	272
Tabela 21: Apoiadores e patrocinadores	275
Tabela 22: Finalidade de uso de dados.....	276
Tabela 23: Proteção ao uso de dados.....	277

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

ABRAJI – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
AC – Análise de Conteúdo
AGP – Apoio à Gestão Pública
ANL – Aliança Nacional Libertadora
BITNET – Because It's Time Network
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAQDAS – Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software
CBA – Companhia Brasileira de Alumínio
CEBRAP/NECI - Centro Brasileiro de Pesquisa e Planejamento/ Núcleo de Estudos Comparados e Internacionais
CETIC – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CGU – Controladoria-Geral da União
CIDA – Chatbot Interativo de Atendimento Cidadão
CKAN – Comprehensive Knowledge Archive Network
COVID-19 – Corona Virus Disease - 2019
CNT – Confederação Nacional dos Transportes
CP – Comunicação Pública
DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda
e-SIC – Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão
e-OUV – Sistema de Ouvidorias Nacional
FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
FHC – Fernando Henrique Cardoso
FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
GAFAM – Oligopólio formado por Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft
GB – Gigabyte
GIF(s) – Graphic(s) Interchange Format
GPS – Global Positioning System
GSM/CDMA – Global System for Mobile/ Code Division Multiple Access
IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
IDL – Índice de Democracia Local
ISD – Inovação Social Digital

ITS Rio – Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro

LAI – Lei de Acesso à Informação

LGBTQI+ – Contração de LGBTT2QQIAAP - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Transgêneros, Queer, Interssexuais, Assexuais e Aliados

LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais

MB – Megabyte

MP – Medida Provisória

NFC – Near Field Communication

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OGP – Open Government Partnership

OKBR – Open Knowledge Brasil

OKFN – Open Knowledge Foundation

ONG(s) – Organização(ões) Não Governamental(is)

ONU – Organização das Nações Unidas

OPS – Operação Política Supervisionada

OSA – Operação Serenata de Amor

OSC – Organização da Sociedade Civil

PDF - Portable Document Format

PPAs – Planos Plurianuais

PVE – Parceria Votorantim pela Educação

RAPS – Rede de Ação Política pela Sustentabilidade

STF – Supremo Tribunal Federal

SPCI – Secretaria de Prevenção da Corrupção e Informações Estratégicas

QDA – Qualitative Data Analysis

TCE-PB – Tribunal de Contas do Estado da Paraíba

TRT-SP – Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, da Justiça do Trabalho de São Paulo

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

VCP – Votorantim Celulose e Papel

VM – Votorantim Metais

VE – Votorantim Energia

Wi-Fi – Wireless Fidelity

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	20
-------------------------	-----------

PARTE 1 - PERSPECTIVAS E PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: MARCOS TEÓRICOS E PRÁTICOS DE UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO	27
1.1. CONCEITUAÇÕES GERAIS.....	28
1.1.1. Preceitos.....	30
1.1.2. Atores.....	33
1.2. UM APANHADO HISTÓRICO – A COMUNICAÇÃO PÚBLICA POR SUAS SUSTENTAÇÕES	36
1.3. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA PELO SEU OPOSTO	37
1.3.1. A Comunicação Pública pelos seus opostos – comunicação fascista e autoritarismos	38
1.3.2. Práticas comunicacionais e Autoritarismo no Brasil do século XX.....	41
1.4. MATRIZES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA SEGUNDA METADE DO SÉCULO XX – CONTRANARRATIVAS À AGENDA DESENVOLVIMENTISTA, UMA RESPOSTA EM PROL DA DEMOCRACIA	45
1.4.1. O final do século XX e o debate sobre Comunicação Pública no mundo e no Brasil 48	
1.5. COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL NOS SEUS VINTE E CINCO ANOS DE DESENVOLVIMENTO CONCEITUAL.....	51
1.5.1. De Zémor à virada do século – A comunicação focada no cidadão.....	51
1.5.2. Avanços práticos e conceituais na concepção de Comunicação Pública	54
1.5.3. Comunicação Pública pelo seu retrato atual – Rupturas sociais, ideológicas e políticas?.....	59
2. ESFERA PÚBLICA MUDIATIZADA: ENTRE APOSTAS E PARADOXOS..	63
2.1. A CRISE DA DEMOCRACIA.....	64
2.2. A ESFERA PÚBLICA HABERMASIANA.....	66
2.2.1. Revisões e Ampliações à esfera pública habermasiana.....	68
2.3. A NOVA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO – A EMERGÊNCIA DA ESFERA PÚBLICA MUDIATIZADA	71
2.4. A REDE DA (DES)DEMOCRACIA? ENTRE APOSTAS E PARADOXOS	77
2.5. PROTOLOGICAS DE PRÁTICAS DEMOCRATIZANTES NA NOVA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO	87
3. TECNOLOGIAS DIGITAIS: ATORES, TÉCNICAS E POLÍTICAS EM UMA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL	92

3.1. INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO – TRIÁDE CENTRAL DOS PROCESSOS INTERACIONAIS MODERNOS	92
3.1.1. Características da comunicação em rede	94
3.1.2. A comunicação móvel e ubíqua – novos dispositivos, novas especialidades, novos recursos sociotécnicos	98
3.1.2.1. Características e funcionalidades técnicas da tecnologia móvel digital.....	101
3.1.2.2. Uso de aplicativos nos dispositivos móveis para a Comunicação Pública.....	107
3.1.2.3. Redes sociais em dispositivos móveis para a Comunicação Pública	111
3.1.2.4. Bots e chatbots – A comunicação automatizada	114
3.2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO: EXPERIÊNCIAS NO BRASIL E NO MUNDO	116
3.2.1. Estado	117
3.2.2. Sociedade Civil	120
3.2.3. Mercado	121
3.3. Considerações sobre a construção teórica.....	122

PARTE 2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS E DESCRIÇÃO DO <i>CORPUS</i>.....	126
4.1. ESTUDO DE CASO	126
4.1.1. Atores.....	129
4.1.2. Técnicas	129
4.1.3. Políticas.....	130
4.2. DESCRIÇÃO DO <i>CORPUS</i> : AS EXPERIÊNCIAS ANALISADAS.....	131
4.3. FALA.BR.....	131
4.4. GUIA DO VOTO.....	135
4.5. A OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR	138
5. ATORES: DESCRIÇÃO INSTITUCIONAL DOS PROMOTORES DAS INICIATIVAS ANALISADAS.....	142
5.1. A INICIATIVA POR SEUS ATORES: ESTADO – A CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO	142
5.1.1. Histórico e caracterização da instituição	142
5.2. AS INICIATIVAS POR SEUS ATORES: MERCADO – O GRUPO VOTORANTIM	147
5.2.1. Caracterização e histórico da instituição	147
5.3. AS INICIATIVAS POR SEUS ATORES: SOCIEDADE CIVIL - CIDADÃOS E OPEN KNOWLEDGE BRASIL	153

5.3.1. Caracterização e histórico da Operação Serenata de Amor e da Open Knowledge Brasil 153

6. DIMENSÃO TÉCNICA: PLATAFORMAS, FUNCIONALIDADES E CARACTERÍSTICAS 157

6.1. PRESENÇA EM AMBIENTES DIGITAIS 158

6.1.1. Fala.BR: presença e usos em ambientes digitais 160

6.1.2. Guia do Voto: presença e usos em ambientes digitais 163

6.1.1. Operação Serenata de Amor: presença e usos em ambientes digitais 166

6.2. FUNCIONALIDADES *MOBILE* E COMUNICAÇÃO EM REDE 169

6.2.1. Estratégia de análise das funcionalidades *mobile* e características da comunicação em rede 169

6.3. TACTILIDADE 172

6.4. NIVELABILIDADE 177

6.5. LOCALIBILIDADE 180

6.6. OPTICABILIDADE 184

6.7. PLASTICIDADE 188

6.8. INTERATIVIDADE 192

6.9. HIPERTEXTUALIDADE 197

6.10. MULTIMIDIALIDADE 202

6.11. MEMÓRIA 206

6.12. EXPERIÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: OBSERVAÇÃO GERAL NAS PLATAFORMAS ANALISADAS 211

7. DIMENSÃO POLÍTICA: PRECEITOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICAS INSTITUCIONAIS..... 215

7.1. EXPERIÊNCIAS ANTE AS POLÍTICAS INSTITUCIONAIS 216

7.1.1. Fala.BR ante as políticas institucionais da CGU 216

7.1.1.1. Políticas e práticas comunicacionais 220

7.1.2. Guia do Voto ante as políticas institucionais da Votorantim 222

7.1.2.1. Políticas e práticas comunicacionais 226

7.1.3. Operação Serenata de Amor ante as políticas institucionais da OKBR 227

7.1.3.1. Políticas e práticas comunicacionais 229

7.1.4. Considerações sobre as experiências ante as políticas institucionais 231

7.2. SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO 232

7.3. RESULTADOS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO 237

7.3.1. Preceitos da Comunicação Pública 237

7.3.1.1. Cidadania 238

7.3.1.2. Participação 240

7.3.1.3. Interesse Público.....	243
7.3.2. Diretrizes Institucionais	245
7.3.2.1. Compromisso institucional com a Democracia.....	246
7.3.2.2. Programas Institucionais	249
7.3.2.3. Ações Institucionais Integradas.....	250
7.3.2.4. Política de Continuidade	263
7.3.3. Transparência.....	266
7.3.3.1. Publicização da Ação	266
7.3.3.2. Accountability	271
7.3.3.3. Uso de Dados dos participantes.....	276
7.4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DE POLÍTICAS	281
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	283
REFERÊNCIAS	289

INTRODUÇÃO

O século XXI, apesar de só ter duas décadas, traz no seu bojo uma série de transformações que estão repercutindo em novas formas de interação, baseadas em novos arranjos sociais e práticas culturais impulsionadas por novos modelos de negócios, com diferentes impactos sociais, econômicos e culturais. A centralidade da comunicação não corresponde mais aos modelos *mass media* do século XX, mas a complexas redes que empreendem interações ponto a ponto, que permitiram uma sensação de comunicação de todos para todos (LÉVY, 1999).

A racionalidade neoliberal, no entanto, fez valer suas lógicas segundo o programa do Neoliberalismo¹ e, de potenciais ágoras virtuais, o ciberespaço passa a ser palco de novas práticas extrativas. Grandes empresas transnacionais oligopolizam um mercado pautado por práticas de vigilância, extração de dados e indução de comportamentos visando o consumo, em um contexto em que tecnologia e inovação são, mais do que nunca, palavras de ordem.

Porém, esse mesmo contexto que reúne as contradições entre apostas e decepções relacionadas à Internet como propulsora de práticas democráticas pelo mundo e a realidade de arranjos que usam a rede para disseminar práticas antidemocráticas é também o contexto de emergência de termos como Inovação Social Digital e Tecnologias Cívicas. Com conexões em rede expandidas para múltiplas facetas e múltiplas telas, diferentes atores sociais fazem uso de variados e, por vezes, inovadores recursos, buscando favorecer práticas de cidadania.

Nesse cenário interacional baseado em tecnologias digitais inseridas nas rotinas particulares e coletivas, individuais e transnacionais, vislumbramos que, de diferentes setores da sociedade, partem iniciativas que recorrem a recursos técnicos para desenvolver experiências que alcancem, mobilizem e afetem cidadãos, sob finalidades diversas.

¹ Aqui, o Neoliberalismo é encarado a partir da visão de raiz neomarxista e foucaultiana argumentada principalmente por Dardot e Laval (2016, 2017) e Wendy Brown (2019). Como faz Brown (2019, p. 32), a abordagem neomarxista enxerga o neoliberalismo inaugurando um novo capítulo do capitalismo. A visada foucaultiana aponta que o capitalismo não segue sua própria lógica, mas, antes, é organizado por formas de racionalidade política. Nessa perspectiva, “governos, sujeitos e subjetividades são transformados pela remodelação neoliberal da razão liberal”. Conforme Dardot e Laval (2016, s.p.), “o neoliberalismo não é apenas uma ideologia, um tipo de política econômica. É um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida”.

Organizações do Estado, do mercado – numa acepção restrita à iniciativa privada, e da sociedade civil, organizada ou não, com motivações e atuações tão distintas, podem ter pontos de intersecção em ações voltadas à Participação, à Cidadania e ao Interesse Público – que defendemos como preceitos básicos da Comunicação Pública. Nosso enfoque é compreender esse fenômeno em diferentes perspectivas.

Assim, para esta tese doutoral, definimos como problema de pesquisa: Como instituições do poder público, do mercado e da sociedade civil relacionam tecnologias digitais e incremento à Cidadania, no contexto da Comunicação Pública?

Neste sentido, o objetivo geral deste estudo é compreender, pelas lentes da Comunicação Pública, lógicas por trás de políticas e técnicas adotadas em experiências que partem de diferentes atores sociais com o propósito de incremento à cidadania e que estão apoiadas em tecnologias digitais.

Como objetivos específicos, visamos: 1. Caracterizar as experiências analisadas, nomeadamente os projetos Fala.BR, do governo federal, Serenata de Amor, da Open Knowledge Brasil e Guia do Voto, do grupo Votorantim, a partir de seus atores, técnicas e políticas, identificando semelhanças e diferenças entre elas, assim como alcances e limitações; 2. Conhecer os recursos da tecnologia móvel e da comunicação em rede empregados nas iniciativas analisadas e relacionar com possibilidades de uso em alinhamento à Comunicação Pública; 3. Verificar como as experiências analisadas se inserem no contexto de políticas institucionais e comunicacionais das organizações; 4. Apontar formas de materialização de preceitos da Comunicação Pública ligados à Cidadania, à Participação e ao Interesse Público, assim como a diretrizes institucionais e a aspectos de transparência.

A investigação teórica e empírica nos dá condições de defender a seguinte tese: Diferentes atores sociais têm desenvolvido iniciativas que aliam recursos técnicos e foco na cidadania que podem ser caracterizadas como práticas que materializam pressupostos da Comunicação Pública ante um espaço público mediatizado.

Dessa forma, temos como hipótese que as lógicas de promoção às experiências diferem entre os atores sociais, atendendo parcialmente aos fundamentos da CP, em graus e de maneiras diferentes, conforme o ator social que a promova.

As experiências foram analisadas a partir de seus Atores, Técnicas e Políticas, tendo como estratégia metodológica os parâmetros do Estudo de Caso múltiplos integrado. Para atingir os objetivos, optamos por uma triangulação entre Pesquisa Bibliográfica e Documental, Observação Sistemática e Análise de Conteúdo. A Pesquisa

Bibliográfica foi utilizada tanto na parte teórica quanto na etapa empírica, em que investigamos estudos acadêmicos relacionados aos projetos e às organizações.

A Observação Sistemática foi a metodologia adotada para análises das funcionalidades *mobile* e das características da comunicação em rede. Já para nos debruçarmos na investigação das normativas e dos documentos institucionais, a opção foi a Análise de Conteúdo, que foi realizada também com base em Questionário aplicado junto às organizações. Assim, realizamos nosso percurso metodológico buscando múltiplas fontes de evidência, pautados em uma triangulação de metodologias que priorizou os objetivos a serem alcançados para definição das técnicas de análise.

O tema se mostra relevante sobretudo em dois aspectos – o de uma materialização teórica e o da utilização de recursos técnicos. Quanto à materialização teórica, nos referimos ao fato de que o trabalho permite compreender como o ecossistema da Comunicação Pública pode se materializar no espaço público abrangendo diferentes atores sociais, auxiliando em uma agenda de pesquisa nesse sentido.

A Comunicação Pública tem se mostrado importante arcabouço, com um constructo teórico em desenvolvimento, mas que já aponta importantes norteadores a serem buscados na sua forma prática. No entanto, apesar de muitas pesquisas em torno do tema assumirem uma compreensão da Comunicação Pública de forma abrangente no que se refere a temáticas, finalidades e promotores, a maior parte tem se debruçado em investigações sob uma perspectiva no campo dos promotores, sobretudo a governamental.

A opção é compreensível dada a necessidade das pesquisas em manter um enfoque limitado, especificando os objetos e *corpus* de modo a evitar possíveis distorções e superficialidades generalizantes. Também porque instituições públicas no Brasil têm historicamente atuado com foco na gestão e não no cidadão, fator muito evidenciado nas práticas comunicacionais que mudam sob novas gestões, não seguem políticas claras e transparentes, e ainda são bastante personalistas, conforme as pesquisas têm apontado.

Contudo, as especificações observadas também ressaltam a dificuldade em materializar como a Comunicação Pública pode ser efetivada na prática para além de ações desenvolvidas por instituições governamentais ou emissoras públicas de radiodifusão – outro foco de pesquisas na área. Conhecer práticas voltadas à cidadania promovidas por entidades da sociedade civil e de organismos privados, em conjugação com ações governamentais e dos poderes públicos em geral, abre o espectro e permite avançar na compreensão das responsabilidades, conflitos e possíveis contradições,

assumidas ou não, por diferentes atores sociais no que tange à comunicação para o cidadão.

Sob o aspecto técnico, a pesquisa é relevante para apontar os recursos que têm sido utilizados em diferentes experiências voltadas aos cidadãos. Ante uma sociedade em que a comunicação assume condição de centralidade e as tecnologias digitais amplificaram as formas, ritmos e espaços comunicacionais, é indispensável investigar quais características da comunicação em rede têm sido aproveitadas para iniciativas que buscam incremento à cidadania.

Os processos interacionais na sociedade midiaticizada carecem de investigação e de elucidações, de modo a permitir à sociedade a compreensão de aspectos de sua própria configuração contemporânea, alterada profundamente nos últimos trinta anos, tempo em que tanto a Internet quanto a própria Comunicação Pública se desenvolveram rapidamente. A relação de tais processos com a construção da cidadania se mostra um imperativo para o fortalecimento do tecido democrático.

Esta tese doutoral está dividida em duas partes: Parte 1 – Perspectivas e Pressupostos Teóricos e Parte 2 – Procedimentos Metodológicos. A partir da perspectiva comunicacional, discutimos noções relacionadas à Comunicação Pública ante os novos contornos conceituais que atendem aos chamados das vozes da democracia e da redemocratização, com avanços e retrocessos neste início de século. Abordamos o conceito em desenvolvimento no Brasil e em diversos países, apontando marcos teóricos e práticos desse constructo teórico. Isso é feito no Capítulo 1.

Na sequência, discutimos no Capítulo 2 o espaço público contemporâneo, partindo da noção habermasiana de esfera pública até alcançar as discussões em torno do processo de midiaticização em que estamos inseridos. Nesse ponto, elencamos questões relativas às apostas sobre a potencialidade da comunicação em rede, repercutindo também as discussões contemporâneas que apontam os paradoxos da mediação algorítmica, da extração de dados pessoais e da vigilância. Encerramos o capítulo com diferentes abordagens de autores que trabalham as lógicas da racionalidade neoliberal na rede, mas no sentido de alternativas possíveis.

O enfoque do Capítulo 3 é na comunicação por meio das tecnologias digitais no contexto de inovação, trabalhando esses conceitos e suas variações relacionadas à aplicação para Cidadania. As tecnologias móveis e suas características técnicas, a ênfase em aplicativos e redes sociais nos dispositivos móveis e o uso de robôs para práticas

interacionais completam as discussões, apoiadas em exemplos de experiências nacionais e internacionais.

O Capítulo 4 inicia a segunda parte desta tese doutoral, dedicada aos Procedimentos Metodológicos. Neste capítulo, apresentamos nossa proposta de análise, baseada em Estudo de Caso, que contempla Revisão Bibliográfica, Observação Sistemática, Análise de Conteúdo com análise de Questionários enviado às experiências que compõem nosso *corpus*, as plataformas: Fala BR, da Controladoria-Geral da União – CGU, ligada ao governo federal; Serenata do Amor, da organização sem fins lucrativos Open Knowledge Brasil; e o Guia do Voto, do grupo Votorantim. As experiências são analisadas a partir de uma análise descritiva. Um panorama geral sobre práticas e processos analisados permite uma visada dos principais aspectos, norteados etapas futuras da investigação.

No Capítulo 5, apresentamos os Atores: a Controladoria-Geral da União, o Grupo Votorantim e a Open Knowledge Brasil, realizando uma caracterização atual e de aspectos que envolvem suas histórias. Em uma pesquisa sobre Comunicação Pública é fundamental conhecer detalhadamente as instituições envolvidas, para que se possa compreender melhor suas lógicas, interesses e envolvimento que possuem com os temas objeto das práticas ou dos processos analisados.

Apresentamos no Capítulo 6 a análise sob uma visada Técnica. Uma abordagem dessas na Comunicação Pública pode estar relacionada a aspectos de relacionamento institucional, produtos comunicacionais como boletins e releases, ou formação de gestores, como *media training*, por exemplo. Nosso enfoque nesta pesquisa foi realizar a análise técnica sobre as tecnologias *mobile* e em rede utilizadas, dado nosso tema de pesquisa. Seja qual for o aspecto escolhido, a análise técnica deve sempre relacionar possibilidades e impactos para o cidadão, que ocupa centralidade para a Comunicação Pública. Nós buscamos essa abordagem para a construção do capítulo.

Nosso Capítulo 7 trata das Políticas institucionais e comunicacionais adotadas pelas organizações promotoras. Segundo nossa proposta, pautada na literatura nacional e internacional sobre Comunicação Pública, além de uma perspectiva sobre Atores e Técnicas, é fundamental uma investigação em torno das políticas para compreensão do alinhamento a fundamentos da Comunicação Pública para além de uma análise de projeto pontual. Assim, esmiuçamos a partir de Pesquisa Documental e da Análise de Conteúdo, aspectos da Comunicação nessas organizações e como isso se relaciona com os projetos analisados de acordo com os preceitos da Comunicação Pública.

As Considerações Finais encerram este percurso teórico-metodológico, não obstante realizarmos considerações ao longo do percurso, nos capítulos anteriores. Constatamos que Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor são experiências desenvolvidas a partir de diferentes lógicas, conformadas às estratégias das organizações promotoras e dos setores sociais em que estão inseridas. Entre os preceitos básicos da Comunicação Pública, a Participação Social é privilegiada, enquanto Cidadania e Interesse Público recebem menor ou nenhuma atenção no campo discursivo. Há falhas nas Diretrizes Institucionais e em Transparência. Ao mesmo tempo, verificamos que há uma materialização parcial de preceitos da Comunicação Pública, advinda das três organizações promotoras, com alguns aspectos sendo bastante ressaltados.

Contribuímos com um desenho de pesquisa que pode ser utilizado em futuras pesquisas, podendo perfazer um início de uma agenda de investigações na Comunicação Pública materializando o ecossistema com os diferentes atores que a promovem e incluindo uma análise técnica e política das práticas investigadas.



PARTE 1



PERSPECTIVAS E PRESSUPOSTOS
TEÓRICOS

1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: MARCOS TEÓRICOS E PRÁTICOS DE UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO

A Comunicação enquanto campo científico do saber, apesar de tantos avanços, contribuições significativas sobre os modos de ser e pensar, revisões teórico-conceituais de fôlego, em alguns momentos ainda cambaleia em indefinições no demarcar de suas fronteiras e no seu escopo de investigação.

Etimologicamente, comunicação tem sua origem no latim *communicatio* e *communicare*, pôr em comum, compartilhar. Um termo que Wikin (1998, p. 21) classifica como “irritante”, por se caracterizar como um inverossímil vale-tudo, mas também, e por isso mesmo, “fascinante”.

Resgatando um percurso de definições no francês e no inglês, Wikin (1998) aponta concepções que variaram desde transmitir, referindo-se inclusive a doenças, até a equivalência com meios de transporte para, no primeiro terço do século XX, nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, começar a designar as indústrias de imprensa, cinema, rádio e televisão.

Ante essa variedade de usos e práticas, as conceituações tornam-se um emaranhado de interpretações, em que a história da comunicação pode ser apreendida como a história das ações comunicacionais humanas (BARBOSA, 2013) e, nesse sentido, os estudos no campo remontariam aos filósofos gregos, ou, em uma história muito mais recente, designaria investigações a partir dos estudos dos meios de comunicação de massa (MARTINO, 2009).

Ainda atualmente, várias situações podem ser definidas sob o conceito de comunicação (MARTINO, 2017). É o que Marcondes Filho (2009) chama de espectro da comunicação, que abrange desde as formas interpessoais, como o face a face até a comunicação social, incluindo TV, rádio e impresso, abrangendo o que o autor chama de comunicação eletrônica.

Para Martino (2017), trata-se de uma área que constrói seu objeto ressaltando o aspecto comunicativo de qualquer relação social, o que configuraria em um objeto único e múltiplo, ao mesmo tempo. Enquanto disciplina acadêmica, o autor a defende como uma área de reflexão autônoma, gerada pela confluência de pesquisas e experiências práticas.

Uma confluência que fez com que delimitar fronteiras fosse, e ainda é, uma tarefa árdua. Especialmente quando nos focamos no Brasil, onde os estudos sobre comunicação

têm caminhado desde os anos 1970 de forma acidental, “tropeçando em conceitos mal digeridos” (MARCONDES FILHO, 2009, s.p.)

Com a complexificação da sociedade e das práticas comunicacionais, o pensamento comunicacional também se complexifica. Revisões teóricas importantes no último quarto do século XX colocam em debate proposições largamente aceitas como a visão de um público eminentemente passivo. Entram em jogo outras mediações além da mídia. É nesse período que a ideia do que se configura atualmente no conceito de Comunicação Pública começa a ser mais amplamente debatido.

Assim, não é difícil compreender que quando falamos em Comunicação Pública a única afirmação que beira a unanimidade é que não se trata de um conceito fechado, mas de uma expressão que representa um conceito em construção (BRANDÃO, 2007; DUARTE, 2007). Dessa forma, a noção de Comunicação Pública pode divergir bastante.

A Comunicação Pública contemporânea está relacionada tanto a práticas de democratização da comunicação quanto a pressuposição de democratização da própria sociedade. Neste capítulo, intentamos abordar o desenvolvimento da Comunicação Pública com enfoque no Brasil, traçando marcos que constituem a construção desse campo de fazer e de saber. Avanços e retrocessos da comunicação que dizem muito sobre o novo momento mundial que, ao contrário de desenvolver práticas democratizantes, muitas vezes põe em xeque pontos fundamentais do jogo democrático.

A Comunicação Pública, que se dá na esfera pública midiaticizada deste século é uma comunicação centrada no interesse público, na participação da sociedade e na construção da cidadania. Segundo essa perspectiva, pode partir de diferentes atores sociais como governo, mercado e sociedade (DUARTE, 2007).

Para este capítulo, apresentamos uma revisão de literatura sobre Comunicação Pública, a partir de seu uso na história, sua aceção em outros países e a construção do conceito no campo acadêmico brasileiro. Antes disso, temos a pretensão de esclarecer o que entendemos por Comunicação Pública e o porquê da escolha dessa perspectiva teórica, já que se trata de uma definição incipiente. É o que passamos a tratar a seguir.

1.1. CONCEITUAÇÕES GERAIS

Ao falarmos em Comunicação Pública (CP) neste trabalho estamos falando de processos e práticas comunicacionais dialógicas instauradas no espaço público

mediatizado, relacionadas à participação, à construção da cidadania e ao interesse público e que compreendem como atores Estado, sociedade civil e mercado, pressupondo regras democráticas.

A concepção se baseia nas definições referenciais e assemelhadas de Brandão (2007) e nas definições de Matos (2007, 2009). Citando Brandão (2007, p. 9), a autora diz ser um ponto comum o entendimento de que Comunicação Pública diz respeito a um “processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”, e ainda que:

Comunicação Pública é o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país. (BRANDÃO, 2007, p. 31).

Nossa compreensão de CP busca apreender também as conceitos de referência adotados por Duarte ([201-?], p.3) sobre Comunicação Pública, que tem como premissas “mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo”.

Tais temas são frequentemente abordadas por autores que pesquisam a CP, mesmo sob prismas diversos, com ênfase em um ou outro. Uma questão central é que fazer Comunicação Pública está indissociável da ideia de Democracia, aqui entendida na perspectiva deliberativa, de raiz habermasiana, pautada na participação. Participação essa que, “por meio da interação no espaço público, deve abarcar fundamentalmente aqueles que serão atingidos pelas decisões a serem tomadas” e que não se restringe a formalidades constitucionais ou governamentais, sendo estendida aos mais distintos ambientes e instituições (DOMINGUES-DA-SILVA; BARROS, 2013, p. 57).

Nesse sentido, as práticas comunicacionais, segundo a Comunicação Pública que aqui tratamos, aproximam-se do entendimento do dinamarquês Thomas Tufte, para quem adotar uma perspectiva cidadã na comunicação vai além de medidas superficiais.

Para o autor, a formulação de uma comunicação para o desenvolvimento, no sentido de mudança social, sob uma perspectiva cidadã passa por dois princípios básicos, começando por uma agenda não centrada na mídia, com maior foco em conteúdos e usuários de mídia e, de forma menos exclusiva no setor de mídia. Soma-se a esses fatores, a ênfase nos imaginários sociais e nos direitos, capacidades e oportunidades de todos os

indivíduos e coletivos para poderem formular e articular isso refletido em uma comunicação para iniciativas de mudança social (TUFTE, 2017).

A partir dessas noções, sintetizamos a seguir algumas abordagens que enfatizaram a cidadania, a participação e o interesse público como fundamentais na Comunicação Pública. Trabalhamos os três conceitos como preceitos na materialização de práticas e processos comunicacionais identificados com a CP para, em seguida, abordar sinteticamente a intersecção de atores nesse sentido.

1.1.1. Preceitos

Cidadania, participação e interesse público são ideias trabalhadas pela maioria dos pesquisadores quando o assunto é Comunicação Pública. Em levantamento bibliográfico, identificamos que os três conceitos são profundamente recorrentes nas abordagens. Assumimos aqui cidadania, participação e interesse público como preceitos da CP dada a coerência com a noção que assumimos de uma Comunicação Pública centrada no cidadão, que não se resume à comunicação institucional nem é submetida a interesses particulares, e que implica em envolver a sociedade nos processos e práticas implementados, mediante fluxos diversos. Resumimos, a seguir, como a Comunicação Pública trabalha e entende esses conceitos.

Sobre o aspecto de que Comunicação Pública deve primar pela cidadania, Brandão (2007), explica que a CP tem como paradigma a construção da cidadania, em amplo e histórico sentido. Nascimento (2012, 2013) afirma que o conceito que vem sendo criado no Brasil tem a construção da cidadania como ponto comum. Koçouski (2012a, 2012b), que trabalha bastante a parte conceitual da CP, define:

(...) comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao **interesse público**, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e **participação** em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a **cidadania** e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos (KOÇOUSKI, 2012a, p. 92, grifo nosso).

A mesma ideia pode ser vista em Rothberg e Liberato (2011, p. 231), que dizem que: “Considerar o ponto de vista do cidadão, estabelecer a comunicação como via de mão dupla e a prática da democratização da informação são princípios básicos da

Comunicação Pública”. Kunsch (2012) também trabalha o preceito da cidadania, assim como Duarte (2018) para quem Comunicação Pública:

É aquela que busca garantir a transparência, a **participação**, o diálogo, o acesso a informações de **interesse público** e o exercício da **cidadania**. Ela prioriza o interesse público acima de visões e conveniências individuais, políticas ou institucionais, assumindo a perspectiva cidadã nos processos de informação e interação (DUARTE, 2018, p. 44, grifo nosso).

Assim, neste trabalho entendemos cidadania como conceito histórico, que adquiriu diferentes interpretações e foi visto sob dimensões diversas (MARSHALL, 1967), tendo na sua concepção moderna uma perspectiva prevalente de participação, para além do pertencimento a um sistema político (MATSUUCHI DUARTE, 2007).

Para a CP, na sua acepção mais ampla, cidadania é a expressão concreta do exercício da democracia (OLIVEIRA, 2018); deve ser efetivada ao ponto de oferecer ao cidadão condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma (MATSUUCHI DUARTE, 2007), o que implica a compreensão da comunicação não apenas como uma necessidade, mas, e sobretudo, como um direito (PERUZZO, 2004).

No que respeita ao interesse público, apesar de ser entendido sob diferentes prismas, boa parte dos autores que investigam a Comunicação Pública encontram no termo um ponto-chave. Oliveira (2004b) explica que ao falarmos em CP estamos tratando de um processo abrangente, mas que o interesse público deve prevalecer:

Há grande tendência de se considerar Comunicação Pública como aquela praticada pelo governo. Entretanto, [...] Comunicação Pública é um conceito mais amplo, envolvendo toda a comunicação de **interesse público**, praticada não só por governos, como também por empresas, Terceiro Setor e sociedade em geral (OLIVEIRA, 2004b, p. 187, grifo nosso).

É o que Duarte (2007) também reforça tratando como interesse coletivo, ao afirmar que “praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas” (DUARTE, 2007, p. 61) e ainda, ao dizer que fazer Comunicação Pública é assumir a perspectiva cidadã, alterando o eixo geralmente centrado nos interesses da instituição e dos seus gestores, tendo como objetivo atender o interesse público e da sociedade (DUARTE, 2011).

Com diferentes acepções, interesse público pode, a rigor, nem existir (FARIA, 2007), dada a ambivalência que persiste no conceito. Essa ambivalência pode dever-se à

ordem cultural eticamente pluralista das sociedades contemporâneas (MAIA, 2011). Uma ideia que parece convergente é a de que interesse público é interesse comum (HASWANI, 2013), e caracteriza-se por ser “fundamental ou relevante para a obtenção ou sustentação do bem-estar e do desenvolvimento da sociedade como um todo ou na sua maioria” (SALLES, 2018, p. 58).

Quanto à participação, como o foco da Comunicação Pública está no cidadão, propiciar a ampla participação social deve ser um fator central nas práticas comunicacionais. Duarte e Veras (2006) explicam:

Comunicação Pública diz respeito ao processo e ambiente de comunicação (informação e diálogo) envolvendo Estado, Governo, Empresas, Partidos e a sociedade civil na busca da formação e atendimento à vontade coletiva. Ela refere-se à troca de informações e influências entre agentes e atores sociais (governo, Estado e sociedade) sobre temas de interesse coletivo. Informação, neste caso, é apenas a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo **acesso**, pela **participação**, **cidadania** ativa, diálogo. (DUARTE; VERAS, 2006, p. 2, grifo nosso).

Assim como Jorge Duarte, Heloísa Matos trabalha a importância da participação em diversos de seus textos. A pesquisadora afirma que a Comunicação Pública exige a participação da sociedade e de seus segmentos e reforça: “não apenas como receptores da comunicação do governo, mas, principalmente como produtores ativos no processo comunicacional” (MATOS, 2011, p. 45).

A noção de participação está diretamente relacionada à ideia da comunicação como um direito do cidadão. Para Bordenave, participação é “um processo de desenvolvimento da consciência crítica e de aquisição do poder” que pode ser facilitado com a organização e a criação de fluxos de comunicação (BORDENAVE, 1994, p. 77). Essa participação implica diálogo, engajamento, reivindicação, tensionamentos e conflitos. Um direito que implica algum mecanismo de influência sobre o poder (MOTTA, 2003 apud BRANCO, 2018) e, nesse sentido, a comunicação assume papel fundamental.

Uma das formas de participação é o controle social. Controle social sob uma das possíveis perspectivas sociológicas é encarado como o conjunto de meios de intervenção visando à conformação e a desestimular comportamentos contrários, como explica Garelli (1998):

Por Controle social se entende o conjunto de meios de intervenção, quer positivos quer negativos, acionados por cada sociedade ou grupo social

a fim de induzir os próprios membros a se conformarem às normas que a caracterizam, de impedir e desestimular os comportamentos contrários às mencionadas normas, de restabelecer condições de conformação, também em relação a uma mudança do sistema normativo (GARELLI, 1998, p. 283)

Por outro lado, a ideia de controle social também recai sobre um controle exercido pela sociedade sobre a Administração Pública. Conforme Gomes (2019), há duas formas de controle, “uma o controle institucional, exercido pelo próprio Estado sobre suas próprias ações; e outra, o controle social, agora no sentido de a sociedade controlar as ações do Estado e participar das decisões” (GOMES, 2019, p. 132).

Assim, ao falarmos em controle social estamos falando de uma conjugação de diferentes formas de participação da sociedade na cobrança, monitoramento e fiscalização da gestão pública. Em um cenário de constituição de uma esfera pública midiaticizada e hiperconectada, diversos setores têm se apropriado da tecnologia para fortalecer e ampliar essa participação social, buscando ofertar mais transparência sobre conteúdos ligados à Administração Pública e, por outro lado, abrindo espaços de voz para a sociedade.

Como vimos, a Comunicação Pública está relacionada a práticas e processos instaurados no espaço público midiaticizado contemporâneo, tendo enfoque em preceitos como cidadania, participação e interesse público. Por muito tempo, a CP foi identificada no Brasil como comunicação governamental, mas ao longo do tempo o entendimento foi se ampliando e a maioria dos autores têm encarado a Comunicação Pública abrangendo diferentes atores sociais, resumidos em Estado, mercado e sociedade civil.

1.1.2. Atores

Não obstante algumas divergências teóricas entre autores, estamos assumindo neste trabalho a perspectiva de que a Comunicação Pública é um processo que pode e deve ser acionado pelo Estado, mercado e sociedade (OLIVEIRA, 2004a, 2004b; BRANDÃO, 2007; DUARTE, 2007, 2011; HASWANI, 2013; MATOS, 2007, 2009, 2011, 2012, 2013). Este entendimento está relacionado à abertura na compreensão quanto a responsabilidades e compromissos públicos de diferentes segmentos da sociedade.

Por Estado, assumimos a ideia que se restringe ao conjunto de estruturas sociais no exercício do poder que constituem um território ou, na perspectiva jurídica, “um ordenamento jurídico destinado a exercer o poder soberano sobre um dado território, ao

qual estão necessariamente subordinados os sujeitos a ele pertencentes” (MORTATI, 1969, p. 23 apud BOBBIO, 1987, p. 10).

Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário são abrangidos nessa concepção, em que o governo é encarado como um elemento transitório de poder do Estado. Sob o aspecto comunicacional, tal conjunto de estruturas que compõe o Estado deve informar e estabelecer a Comunicação Pública como tradução da democracia (KUNSCH, 2011), pesando-se suas diferenças quanto a estratégias e modo de comunicar (WEBER, 2011).

Em relação à sociedade civil, partimos da compreensão sob um conceito tripartite, em diferenciação entre o Estado e o mercado, composto por forças sociais heterogêneas, advindas de múltiplos segmentos sociais. Nessa perspectiva, a sociedade civil constitui-se como ator importante para o aprofundamento democrático, e segue uma lógica mista de autonomia e interdependência, principalmente em relação ao Estado (AVRITZER, 2012).

Aqui consideramos a categorização de Scherer-Warren (2006) sobre a constituição da sociedade civil, que pode ser segmentada em: associativismo local, que inclui expressões da sociedade civil organizada como associações civis, movimentos comunitários e sujeitos sociais envolvidos com causas sociais ou culturais; formas de articulação interorganizacionais, que inclui fóruns da sociedade civil e associações nacionais de ONGs e as redes de redes – conexões que buscam o relacionamento e a interlocução entre diferentes atores para o empoderamento da sociedade civil; e um terceiro nível, o de mobilizações na esfera pública, fruto da articulação de atores da sociedade civil, expressas em manifestações em prol de visibilidade. Além desses, há ainda um nível da captação de apoios financeiros advindos especialmente de agências não governamentais nacionais e internacionais, assim como do governo e de contribuições individuais.

Já em relação ao mercado, ainda no âmbito de atores que compõem a rede de Comunicação Pública, o conjunto de organizações da iniciativa privada está incluído nesse bojo quando partimos de uma perspectiva de que deve haver uma sintonia entre interesses públicos e interesses privados nas organizações (BUENO, 2007; VIDAL, 2011), abrangendo as ações empresariais num contexto que busque superar o marketing social.

Entendendo que organizações também afetam a política, sendo uma das causas de suas transformações, e pesando as possibilidades de conflitos e dissensos no interior dessas instituições (MARQUES; MAFRA; MARTINO, 2017), no contexto da iniciativa

privada também são empreendidas práticas que podem configurar uma espécie de “cidadania empresarial”, pautada por ações que visem ao desenvolvimento da comunidade e da cidadania e que, por isso, muitas são classificadas como de interesse público (VIDAL, 2011), e cuja comunicação conflui, em parte, com os conceitos de Comunicação Pública (HASWANI, 2011).

Assim, tendo no governo o principal ente indutor da Comunicação Pública, entendemos que as organizações da sociedade civil e da iniciativa privada também devem assumir seu papel na construção de uma Comunicação Pública que corresponda aos preceitos fundamentais relacionados à promoção da cidadania, participação e interesse público, que congregam as principais finalidades da CP.

Essas considerações partiram de base teórica fundada por autores referenciais na pesquisa em Comunicação Pública. Heloísa Matos, Elizabeth Brandão, Maria Costa Oliveira, Jorge Duarte, Graça França Monteiro, Mariângela Haswani e Marina Koçouski compõem o centro de referências teóricas quando tratamos do tema. Todos brasileiros, apoiados, ao menos parcialmente, no francês Pierre Zémor que, em 1995 publicou o livro *Communication Publique*, traduzido por Brandão para fins acadêmicos.

Koçouski (2012b) entende que não é possível precisar quando o termo Comunicação Pública passou a ser adotado no sentido contemporâneo, no que concordamos. O que procuramos fazer a seguir é persistir nos passos dos pesquisadores brasileiros que, em momentos distintos da aplicação conceitual no Brasil, traçaram pistas sobre esses usos e entendimentos primeiros, dentro e fora do país. Tal percurso irá nos oferecer uma base apropriada para propor algumas sistematizações acerca da Comunicação Pública e elaborar mais adiante indicadores para análise.

Para se chegar a algumas noções relacionadas neste trabalho à Comunicação Pública, uma longa trajetória de práticas alinhadas e opostas aos atuais entendimentos foi percorrida, assim como um gradual amadurecimento no campo da investigação científica do tema. Compilando os principais marcos apontados por pesquisadores, discutimos alguns pontos fundamentais que irão fundamentar uma das bases para a investigação empírica proposta.

1.2. UM APANHADO HISTÓRICO – A COMUNICAÇÃO PÚBLICA POR SUAS SUSTENTAÇÕES

A comunicação sempre caminhou junto ao poder no Brasil. A imprensa chega ao país na “bagagem do rei” (BARBOSA, 2013, p. 37), com a família Real trazendo tipos e máquinas em 1808 para implantação da Imprensa Régia, o que tornaria possível, três meses depois do navio aportar, a publicação de A Gazeta do Rio de Janeiro.

Ainda que o Correio Braziliense de Hipólito José da Costa já fosse publicado meses antes, vindo de Londres, o fato de a família real incorporar na bagagem a tecnologia necessária para a publicação do impresso que difundiria os atos do governo denota o papel da comunicação para o poder à frente da Colônia portuguesa.

Se remontarmos a essa origem, a Comunicação Pública, no âmbito governamental, tem origem no Brasil na criação da Imprensa Régia, dirigida por “homens ilustrados da mais estrita confiança de D. João VI” (BARBOSA, 2013, p. 39), apesar de propalar que sua finalidade não se restringia à voz oficial. Tal discurso presente na história da imprensa brasileira persiste até hoje.

Apesar da estrutura formalizada da imprensa, na história do Brasil sobressaem também os fortes traços da oralidade da população, que não podem ser desprezados e que para Barbosa (2013) formam juntos a base da comunicação no país. Era uma voz que partia eminentemente do povo e que, em variadas circunstâncias, era a representação do interesse público naquele tempo.

Tanto a oralidade quanto a imprensa tiveram forte influência na constituição da esfera pública brasileira, principalmente anterior ao século XX. Esse espaço público, apesar de privilegiar as classes dominantes da época, não era alheio ao restante da população, nem mesmo aos escravos. Tanto em leituras coletivas quanto individuais, a história presenciou negros no Brasil que se apropriaram da tecnologia da escrita para “a possibilidade enunciativa de se dizer forro”, apesar do cotidiano predominantemente oral dos escravos (BARBOSA, 2013, p. 165).

Outra forma de apropriação que pode ser vista na abordagem de Barbosa (2013) é o uso de jornais manuscritos por aqueles que não detinham de maquinário específico para a impressão. Um caso interessante é o do jornal A Justiça, produzido por presos da Casa de Correção, que “materializa fortemente o sentimento de exercitar a liberdade e a

resistência através dos modos de produção do jornal e que fazia parte do aparato simbólico dos letrados dessa sociedade” (BARBOSA, 2013, p. 143, grifo da autora).

Nos dois casos, o que se têm são ações comunicativas contra-hegemônicas, uma reivindicação do espaço público por meio da comunicação, com vistas a interesses coletivos e de liberdade, incluindo a liberdade de expressão. Práticas governamentais e da sociedade que se configuram fatos relevantes que poderiam compor a história da Comunicação Pública no país.

Os desenvolvimentos tecnológicos que marcarão o final do milênio estão em boa parte ancorados em práticas do final do século XIX, que têm início principalmente na Revolução Industrial e a atmosfera de modernidade e progresso apregoada. É esse contexto social que também ancoraria uma futura incipiente ciência da Comunicação, que surgiria para buscar compreender fenômenos que afetavam a sociabilidade de uma maneira generalizada no campo da interação humana nos anos de 1900.

1.3. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA PELO SEU OPOSTO

O século XIX e as conquistas que o antecederam por direitos fundamentais nos séculos XVII e XVIII forjaram a base de acontecimentos ou marcos práticos de alicerce, ou seja, a sustentação para o que viria a configurar o que entendemos por Comunicação Pública hoje. Isso pode ser visto tanto nos próprios ideais de modernidade e progresso pós-Revolução Industrial, quanto no uso dos meios de comunicação para divulgação governamental, ou ainda, na apropriação dos mesmos meios para uma comunicação contra-hegemônica, de reivindicação, fiscalização e participação no espaço público e de construção da cidadania.

Conforme o autor britânico Denis McQuail (2012), que estuda a Comunicação Pública sobretudo na perspectiva da Mídia, o início do período é também marcado por intensa atividade de comunicação política e pela alta demanda popular pelos produtos da indústria da mídia. No século XX, surgem os principais modelos teóricos relacionados à Comunicação e também porque o mundo passa nesse século por duas grandes guerras mundiais que alterariam as estruturas sociopolíticas globais.

Considerado esse contexto, é sobre dois importantes aspectos que discorreremos a seguir: a Comunicação Pública pelos seus opostos, tão evidenciados no modelo fascista e regimes autoritários e, em seguida por suas raízes que, não obstante o autoritarismo e

também em reposta a ele, lançam premissas básicas que norteariam os ideais de Comunicação Pública no país.

1.3.1. A Comunicação Pública pelos seus opostos – comunicação fascista e autoritarismos

Como conceito em construção, a CP é de forma recorrente caracterizada pelo seu oposto, isto é, pelo que a Comunicação Pública não é. Segundo Brandão (2007) e Duarte (2007), esse é mesmo um foco de atenção dos autores:

Uma característica de quase todos os autores da área é o cuidado extremo em citar o que a comunicação pública não é, apesar de ainda não se ter chegado a um acordo sobre o que ela é ou deveria ser. E o foco da atenção da maior parte dos autores é ressaltar que a comunicação pública não é comunicação governamental e diz respeito ao Estado e não ao Governo (BRANDÃO, 2007, p. 15).

Ao citar o interesse público, assim como a Comunicação Pública, como expressões de difícil definição, Duarte (2007) destaca, à semelhança de Brandão (2007), ser possível caracterizar a CP pelo que ela não é:

Talvez seja mais fácil, neste caso, encaminhar uma definição pelo oposto – ou o que não é “comunicação pública”: não trata de comunicação sobre interesses particulares, privados, de mercado, pessoais, corporativos, institucionais, comerciais, promocionais ou de “um público” (DUARTE, 2007, p. 61, grifos do autor).

Assim, embora frequentemente Comunicação Pública seja um termo utilizado em governos de democracia liberal² para nomear práticas diametralmente opostas ao que a ideia pressupõe, regimes autoritários e fascistas formam, ao nosso ver, edificações *sui generis* de oposições à Comunicação Pública que, como vimos, requer um regime democrático. Regimes de autoritarismo basearam muitas de suas práticas na

² Democracia liberal – Entendemos aqui democracia liberal a partir da visão minimalista procedimentalista de democracia, de tradição schumpeteriana (DOMINGUES-DA-SILVA; BARROS, 2013), cuja definição de democracia omite distinções fundamentais entre liberalismo, democracia e instituições como parlamentos e tribunais, de modo a não permitir identificar separação entre democracia e liberalismo (MOUNK, 2018). Segundo Castells (2018), o modelo de democracia liberal propõe a delegação do poder soberano que, teoricamente os cidadãos detêm, a determinadas instituições. Mas, o autor destaca que, efetivamente, o que se dá são múltiplos desvios em relação aos princípios de representação, além da influência das relações de poder social, o que impediria denominá-la como representativa.

comunicação, investindo e expandindo redes, apostando em discursos e formas de espetáculo para, ao mesmo tempo, implantar novas formas de controle e vigilância para a sociedade.

O Fascismo foi uma trágica marca do século XX, irreconhecível quando a intenção é situar qualquer quadro que busque remontar um aspecto da história humana que passe pelo período. Assim, abordaremos o “Fascismo Histórico” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2010), assinalado no período entreguerras, representado pelo Fascismo italiano e o nacional-socialismo alemão, sem, no entanto, tapar os olhos a políticas de características ideológicas assemelhadas ao fascismo histórico que sobrevivem até hoje em diferentes nuances de neofascismos, com contextualizações.

O totalitarismo, a censura, a propaganda política e de guerra e o enaltecimento de um líder são diametralmente contrários às noções de democracia, liberdade de imprensa e de expressão, divulgação de informações de interesse público e de despersonalização do governo. Assim, as características centrais de políticas de comunicação de regimes fascistas são diretamente opostas às que ocupam centralidade na Comunicação Pública, perfazendo uma severa oposição do conjunto que estamos chamando de Comunicação Fascista às ideias de Comunicação Pública que um regime democrático pressupõe.

Uma das características básicas da Comunicação Fascista é o controle de informações pelo governo, a censura. Uma prática tão antiga como a própria comunicação, a censura foi usada em diferentes tempos da história humana para calar aqueles muitos que, na visão de poucos, não deveriam ter voz. Sendo assim, em diferentes regimes e épocas, a censura foi usada como mola propulsora para a conquista e manutenção do poder.

É o que Schiller apud Mattos (2005) explica, ao atestar que “o controle das comunicações é geralmente o primeiro passo na aquisição da autoridade política” (MATTOS, 2005, p. 45). A censura vem sobrevivendo menos pelos usos extremos do poder tomado à força, mas também por ressalvas e exceções previstas normativamente e, em muitos casos, por abusos de poder. Tais práticas têm se apoiado até o século XXI também no dissonante limiar entre estabelecer o que é prática de censura e os possíveis limites da livre expressão.

Já o pressuposto do “princípio do excesso” fascista também é uma prática que persiste até essas primeiras décadas de século XXI. Esse princípio baseia-se em uma lógica de superprodução de referências estéticas, “bombardeando o visitante com uma

enorme quantidade de informações verbais, visuais e documentais e produzindo um sentido de agitação e movimento constante” (PARADA, 2008, p. 207).

A censura e o excesso de informações conviviam com incitamento ao ódio como parte do cotidiano das manifestações fascistas, reforçando a vocalização unívoca marcante no regime – apenas uma voz deveria ser ouvida – a do governo. A comunicação, então, se dava com bandeira estética contra o princípio da democracia (ROLANDO, 2011).

Da Alemanha de Hitler a atenção dada à mídia é o que mais sobressai ou, como define Parada (2008), “para além da obstrução da diversidade pela exaltação do monólogo, os nazistas apresentaram um diferencial muito interessante: seu fascínio pelas novas tecnologias” (PARADA, 2008, p. 213), ou em Morán (1981, p. 78): “Para mobilizar a população planeja-se uma política agressiva de comunicação, muito mais rigorosa na Alemanha do que na Itália”.

Assim, as tecnologias da comunicação foram largamente utilizadas em prol das práticas nazifascistas do século XX. O que vemos é o uso da comunicação contra a Comunicação Pública, lançando mão dos recursos tecnológicos mais avançados até então – prática que é retomada no século XXI em diversos países do mundo com a ascensão de radicais ao poder.

Na época, rádio e cinema são os veículos mais largamente utilizados para a propaganda nazifascista, que se apoia nos inventos para expandir seu alcance. Mattelart (2002) afirma que a propaganda participa da tecnificação dos dispositivos de poder. O cinema é utilizado tanto para ficção – cujo objetivo era uma ideologização sem que a propaganda fosse reconhecida³ – como para produções de documentários. O rádio era incentivado como item de consumo. Discursos dos líderes nazistas eram transmitidos via alto-falantes em praças e outros locais abertos (MORÁN, 1981).

É possível identificar que o papel do rádio e do cinema e, em alguma medida da incipiente televisão, foram cruciais para os regimes fascistas do século XX, assim como os meios digitais têm sido para políticas de vieses fascistas no século XXI. A Comunicação Pública afasta-se antagonicamente de tais práticas, como destacou Jaramillo López (2011), pois se trata de:

(...) uma comunicação inclusiva e participativa, cuja vocação não poderia estar a serviço da manipulação de vontades ou da eliminação

³ Sobre os filmes de ficção, largamente apoiados pela Alemanha Nazista, Joseph Goebbels afirma que a propaganda deixa de ser eficaz caso seja reconhecida (MORÁN, 1981).

da individualidade, características da comunicação fascista. Trata-se de uma comunicação eminentemente democrática, pela profundidade de sua natureza e por sua vocação. (JARAMILLO LÓPEZ, 2011, p. 64-65).

Apoiados em um aparato tecnológico novo e em processos inovativos, utilizando as estruturas oficiais para a comunicação de feitos do governo e exaltação da personalidade de um líder, e lançando mão de práticas de censura, políticas de orientação fascista sobrevivem a virada do milênio, contrapondo-se a princípios básicos de democracia e da Comunicação Pública.

Se o tecido democrático se deteriora, também a Comunicação Pública fica transfigurada, mantendo-se a serviço de interesses que se distanciam do interesse público, da participação social e da construção da cidadania – pressupostos fundamentais para o desenvolvimento de sociedades mais justas e igualitárias.

1.3.2. Práticas comunicacionais e Autoritarismo no Brasil do século XX

No Brasil, as raízes dos Autoritarismos remontam à história do país. Nesse espaço, nosso enfoque será sobre dois períodos específicos e os aspectos comunicacionais fundamentais presentes neles: a ditadura de Getúlio Vargas e a Ditadura Militar. Isso porque para entender a concepção de Comunicação Pública hoje, é preciso retomar práticas comunicacionais do passado e que, inclusive, tiveram grande parte no desbotamento da expressão “comunicação governamental”, devido às ações incompatíveis com o que se espera de uma comunicação que parte de um ente público (DUARTE, 2011; BRANDÃO, 2007).

Getúlio Vargas representa um ator importante para o que majoritariamente se entende por Comunicação Pública atualmente no país, em uma concepção abrangente e complexificada. Implantando uma Ditadura no Brasil, marcadamente pautada pela censura e por relações paternalistas entre Governo e Sociedade, Vargas foi também um dos principais agentes da expansão da radiodifusão no país, assim, importante agente de uso de recursos e técnicas comunicacionais com fins ideologizantes.

Matos (2007) destaca a implantação da radiodifusão nos anos 1920 no Brasil como fato que “consagrou a expressão *comunicação pública*, entendida como comunicação estatal”, então em contraste com a comunicação do setor privado (MATOS, 2007, p. 49, grifo da autora). O entendimento da CP como comunicação governamental perduraria por

anos e ainda é considerado em algumas perspectivas como termos equivalentes, como principalmente mostram Matos (2007) e Brandão (2007).

Buscando as camadas mais populares, o Governo utilizou-se, sobretudo, do cinema e do rádio, tendo feito uso intenso da tecnologia e, em contrapartida, marcando para sempre na história o uso da censura para os mesmos fins.

Na gênese desse aporte aos novos meios de comunicação da época centra-se uma ideia de povo como massa amorfa que, como explicita Barbosa (2013), é a construção que gesta a ideologia estadonovista. Como bem apontam Gil e Matos (2012), a vida política moderna no Brasil institui-se a partir de uma comunicação governamental instrumentalizada e o populismo adotado por Getúlio Vargas assume importante papel nesse sentido:

A gestão do presidente e ditador Getúlio Vargas tornou-se um marco significativo nesta área por ter iniciado, com bastante clareza, um processo de sofisticação ao projetar um sistema de comunicação capaz de reforçar a teia política que lhe dava sustentação (GIL; MATOS, 2012, p. 144).

Para as autoras, com Getúlio Vargas a comunicação governamental passa a refletir a supremacia de um Estado forte, servindo ao aparelho estatal, utilizando-se de técnicas elaboradas para a implementação da ideologia estadonovista. Isso tem início ainda no início da década de 1930, mas fica claramente reconhecido no seu “Manifesto à nação”, que institui o Estado Novo.

Nele, Vargas, por meio de um pronunciamento via rádio no dia 10 de novembro de 1937, usa o que ele chama de “exigências do momento histórico” e o “interesse coletivo” justamente para justificar as medidas que abalariam as práticas democráticas:

As exigências do momento histórico e as solicitações do interesse coletivo reclamam, por vezes, imperiosamente, a adoção de medidas que afetam os pressupostos e convenções do regime, os próprios quadros institucionais, os processos e métodos de governo (VARGAS, 1937).

O fato está relacionado ao que Gil e Matos (2012) apontam ser o início de uso de técnicas de propaganda política praticados nas duas guerras mundiais. O presidente constitui um regime corporativista e ditatorial, baseado na ideia fascista do papel hegemônico do Estado sobre o indivíduo e as instituições sociais (JAMBEIRO *et al.*, 2004).

Em nenhum momento o governo se manteve desatento ao poder do rádio. “O Estado ordena, distribui, racionaliza e incentiva o sistema de radiodifusão em todo o país, preparando-se, então, em contrapartida, para utilizá-lo em proveito próprio” (CALABRE, 2003, p. 165).

Mas a esfera pública, apesar de silenciada usa, ainda em períodos de autoritarismos, de subterfúgios para se fazer ouvir. A própria criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) foi, segundo Faro (1981), sintomática a uma conjuntura de amadurecimento no âmbito da sociedade civil, especialmente personalizada nos movimentos que se opõem à Vargas e na Aliança Nacional Libertadora (ANL).

Assim, as contradições em relação à Comunicação Pública em regimes autoritários foram uma tônica comum na 2ª Guerra Mundial, no Estado Novo no Brasil e não foi diferente nos anos de Ditadura Militar. Também apoiados em políticas de comunicação como uma das sustentações dos regimes, líderes autoritários investiram, expandiram o consumo de aparelhos, criaram estruturas oficiais, mantiveram ligações estreitas com oligopólios de mídia e utilizaram dos meios de comunicação para fortalecer o discurso situacionista.

Por outro lado, o silenciamento de vozes oponentes é a principal marca conhecida desses regimes. Se expandiam de um lado, estrangulavam de outro, se publicavam e divulgavam discursos ideologizantes, também proibiam narrativas contrárias. A censura de vozes opositoras esculpida tragicamente na tortura e massacres dos próprios opositores assinala a relação ambígua do Autoritarismo ante o que aos olhares de hoje deveria ser uma Comunicação Pública.

Com intensidade variada e intermitente, a censura é implementada como política legitimada com fins cívicos e morais, também na defesa da segurança nacional e dos valores de ordem apregoados pela ditadura no Brasil. A censura, a autocensura e a censura prévia tornam-se práticas sofridas e adotadas por grandes e pequenas redações, com consequências dramáticas e bem conhecidas para o debate público.

No período, a expressão Comunicação Pública já aparecia, mas como dissemos equivalente à comunicação governamental ou estatal, ou ainda à comunicação política. A expressão seria compreendida ainda até os anos 1970 na sua oposição à comunicação privada (VERAS, 2005 apud BRANDÃO, 2007). Antes da redemocratização do país, a CP ainda se mostrava majoritariamente pelo seu oposto.

Mesmo a comunicação governamental no período foi uma prática empreendida de forma incipiente, alvo de diversos investimentos oficiais. Foi na época da Ditadura Militar

que se concentram no Brasil a criação das primeiras assessorias de imprensa de governo. É também nesse momento que se cria o Ministério das Comunicações, em 1967, sob o governo de Castello Branco, tendo sob a pasta o controle da Radiodifusão, dos serviços postais e das telecomunicações.

Políticas apoiadas na divulgação midiática foram se fortalecendo no mundo todo na proporção que a mídia passou a ocupar espaço central nas relações sociais. No Brasil, o período que ficou conhecido como Sociedade dos Meios, a partir da segunda metade do século XX, foi também o período da sociedade emudecida, amordaçada e torturada, sob um regime ditatorial a partir da década de 1960 – período que a televisão sob incentivos oficiais cresce e inicia um processo de solidificação como principal meio de comunicação no país.

Lima (2007) explica que foram os militares que primeiro reconheceram a centralidade que a comunicação ocupa na sociedade no que respeita ao ponto de vista político.

Foram os militares e seus aliados civis que – por motivos, em primeiro lugar, de segurança nacional, e de mercado, em segundo – criaram as condições de infraestrutura física indispensáveis à consolidação de uma mídia *nacional*. E foram também eles que primeiro fizeram uso político dela, não só com o recurso à censura, mas sobretudo com o apoio “conquistado” – explícito em muitos casos – das principais *redes* impressas e eletrônicas, algumas consolidadas durante o próprio período militar (LIMA, 2007, p. 86, grifos do autor).

Os meios de comunicação, principalmente a televisão, eram tidos como agentes da lógica da modernização. Constantes incentivos e concessões robusteceram o papel da TV, que se tornou uma grande aliada para os ideais de integração e segurança nacionais. Um clientelismo político que usava a comunicação a favor de seus interesses.

Isso fica evidenciado, assim como ocorreu com o rádio, nas concessões de serviços de radiodifusão que bem caracterizaram as práticas de toma-lá-dá-cá que se registraram no período do Regime Militar entre governo e mídia, se sucedendo desde então. O interesse público mais uma vez se via escamoteado em detrimento de interesses particulares, mutuamente mais lucrativos e vantajosos para as partes envolvidas.

Como reforça Bezzon (2005), a televisão sempre ocupou no Brasil um importante papel na organização da sociedade do ponto de vista sociológico e foi se consolidando como o principal instrumento formador de opinião. Durante cerca de seis décadas a televisão foi tida como principal veículo de comunicação a interferir em comportamentos socioculturais.

Nesse sentido, conforme Venício Lima (2007), a comunicação alterou radicalmente as campanhas eleitorais do século XX a partir de sua expansão. Esse papel representado com mais propriedade pela TV só seria questionado na segunda década do século XXI, quando novos aparatos tecnológicos, baseados em redes digitais, impactariam de forma mais direta cenários como pleitos eleitorais em diversos países.

A esfera pública a partir da segunda metade do século XX é uma esfera pública midiaticizada, cujo ator principal passa a ser a televisão. Como dissemos, esse espaço só seria desbancado a partir da década final do século passado, quando a esfera pública midiática vê crescer em tamanho e relevância a esfera pública digital, em pleno processo de midiaticização da sociedade.

1.4. MATRIZES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA SEGUNDA METADE DO SÉCULO XX – CONTRANARRATIVAS À AGENDA DESENVOLVIMENTISTA, UMA RESPOSTA EM PROL DA DEMOCRACIA

As bases para uma Comunicação Pública foram se estabelecendo gradualmente ao longo do século XX, com conquistas e retrocessos, acompanhando os lances históricos contextuais diversos, mas invariavelmente vinculadas às formas de governo e de fazer política, à constituição da esfera pública e diferentes formas de participação da sociedade civil, aos meios de comunicação privilegiados em cada momento, e às demais variáveis socioeconômicas e culturais correntes.

Para McQuail (2012), alguns temas comuns em debates do século XX relacionados à Comunicação Pública forjam uma base principalmente normativa no que respeita à CP:

As bases para um conjunto desenvolvido de políticas de comunicação pública e para o discurso normativo que o acompanha já estavam prontas na metade do século XX e podem ser resumidas em relação a diversos temas abrangentes, que podem ser reconhecidos de forma parecida na maioria das democracias liberais pós-guerra, apesar de terem diferentes prioridades e expressões específicas. (McQUAIL, 2012, p. 45)

Não por acaso, a Guerra Fria que, conforme as palavras de Mattelart (2002) configuraria uma representação bipolar do mundo que rima com esquizofrenia, impacta no Brasil também no que se refere às políticas de comunicação.

Brandão (2007) propõe em seu artigo axial sobre o conceito de CP, largamente citado nas pesquisas sobre o tema, que os debates da década de 1950 e 1960 sobre desenvolvimento e subdesenvolvimento na região constituem raiz histórico-sentimental para a proposta da Comunicação Pública no Brasil e na América Latina. Outro fator geminal para a ideia de CP no país apontado pela autora é a influência da concepção de comunicação social proposta pela Igreja Católica latino-americana, idealística assim como o ideal histórico da comunicação.

Brandão (2007) defende que a CP poderia ser analisada como uma renovação mais crítica desse ideal histórico latino-americano, de uma comunicação “libertadora”, capaz de unir povos e ajudar a construir um mundo mais justo, advinda de uma visão humanística da sociedade (BRANDÃO, 2007, p. 21).

Seguindo essa linha, respostas à agenda internacional desenvolvimentista do final dos anos 1960 a 1970 configuram, para a autora, um marco histórico para o que se entende hoje por Comunicação Pública.

Em oposição ao emudecimento imposto pelas ditaduras militares, a sociedade se organiza e propõe outras narrativas, com práticas comunicacionais diversas apoiadas em atores como operários, camponeses, Igreja Católica e movimentos sociais (BRANDÃO, 2007). A autora destaca os princípios de Paulo Freire e Juan Díaz Bordenave sobre comunicação participativa, que são atualíssimos e têm sido renovados⁴ no campo da CP que se dedica à comunicação popular (BRANDÃO, 2007, p. 25).

A comunicação rural é uma vertente da comunicação que se insere no que Brandão (2007) chama de corrente do pensamento que se opõe a modelos prontos e importados e que abre espaço para a participação popular na época. Os movimentos sociais e a pesquisa voltada às reivindicações populares e da sociedade civil utilizariam muitos dos subsídios das pesquisas sobre práticas comunicacionais populares realizadas no período. Em diferentes âmbitos, a sociedade civil passa a se envolver e se engajar mais com a comunicação, com enfoque em causas, democracia, construção da cidadania e interesse público – princípios básicos de uma Comunicação Pública ideal.

Nos anos 1970, discussões sobre políticas de comunicação que se dão no país começam a enfatizar a necessidade da democratização da comunicação, em uma perspectiva contrária à formação, manutenção e expansão de grandes oligopólios midiáticos, propriedades cruzadas, vinculações políticas de proprietários de empresas de

⁴ Recentemente, têm sido comuns ataques advindos principalmente de setores do governo federal à figura e obra de Paulo Freire, consolidada mundialmente.

mídia, e à pluralização do debate público, muito ainda univocalizado. No mesmo período, afrouxa-se o controle de reuniões públicas de associações voluntárias impactando no ressurgimento de formas de organização da sociedade civil no país (AVRITZER, 2012).

Boa parte desses debates perduram até hoje. Embora registrados alguns avanços em determinados períodos, principalmente na primeira década do século XXI, muitas das reivindicações não evoluíram para repostas práticas e, em certos casos, até retrocederam. No período da Guerra Fria, o tema da democratização da comunicação alcança alguns sucessos, especialmente no que tange a pesquisas e debates.

A Unesco passa a se configurar nesse contexto como um ator fundamental. Brandão (2007, p. 25) lembra que a organização sustentou posições diversas em relação a temáticas como imperialismo, dominação ideológica e questão nacional no transcorrer do tempo. Mas, se nos anos que se sucedem à sua criação a Unesco apoia políticas desenvolvimentistas e imperialistas a favor dos ideais de progresso (MATTELART, 2002), anos mais tarde a organização seria palco de investigações históricas acerca dos oligopólios midiáticos como o Relatório MacBride (1980), que resultaria inclusive na pressão dos Estados Unidos e do Reino Unido para barrar o documento, com ameaça de retirada da agência, o que ocorre em 1985.

Nesse sentido, alguns dos marcos relacionados à Comunicação Pública que podem ser vistos em Brandão (2007), Matos (2007) e Haswani (2011, 2013) estão relacionados diretamente a ações e documentos da Unesco como a Nova Ordem Econômica Internacional, a Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação, a XIX Conferência Geral da Unesco em 1976, o Relatório MacBride, e as Diretrizes políticas para o desenvolvimento e a promoção da informação governamental de domínio público, de 2006 (BRANDÃO, 2007; HASWANI, 2011, 2013).

Assim, seguindo um paradigma de “construção da cidadania”, a ideia de Comunicação Pública foi se constituindo no Brasil a partir da resistência que marca a América Latina entre as décadas de 1960 a 1980 (BRANDÃO, 2007, p. 29). Para a autora, esse “paradigma militante” produziu um campo de conhecimento comprometido e sonhador que se perpetua na CP.

“Para entender e aceitar sua complexidade e importância, é necessário deslocar o olhar e ver a organização política da sociedade como referência central e a comunicação pública como uma de suas manifestações mais importantes” (BRANDÃO, 2007, p. 30). E tendo os processos democráticos como fundamento central, a ideia de Comunicação

Pública vai se ampliar e sustentar a partir da redemocratização do país, ganhando especificidades de acordo com a realidade brasileira.

Mas, antes, iremos abordar estudos pioneiros sobre Comunicação Pública, sob diversos entendimentos e concepções, principalmente na Europa e nos Estados Unidos.

1.4.1. O final do século XX e o debate sobre Comunicação Pública no mundo e no Brasil

Os últimos vinte anos do século XX registraram importantes processos e acontecimentos sociais e históricos que alteraram globalmente relações sociais, culturais, políticas e econômicas. Hobsbawm (1994) diz que no fim da década de 1980 e no início da década de 1990 se encerra uma era e começa outra. A derrota do que o autor chama de alternativa historicamente predestinada à sociedade capitalista alteraria a economia e a política globais, ressonando na vivência comunicacional humana.

Matos (1999) relaciona práticas e concepções para a Comunicação Pública nos anos de 1980. Essa época é a mais comum apontada pelos autores brasileiros de início ou ênfase nos estudos sobre Comunicação Pública na Europa, apesar de serem pesquisas quase restritas a perspectivas de comunicação governamental ou organizacional e com pouco aprofundamento sobre esse período. Desde a década de 1980, pesquisadores de diversas partes do mundo empreendem esforços para desvendar o que Haswani (2013) chama de Comunicação Pública estatal/governamental, de forma mais sociopolítica quanto à sua construção e ao seu papel.

Nessa época, já se tinha o enfoque de pensar o processo comunicacional sob uma perspectiva dialógica, com fluxos que partissem tanto do governo para o cidadão, quanto do cidadão para o governo (MATOS, 1999). Nesse sentido, a autora resgata a proposição norte-americana de Cutlip e Centyer, de 1978, para o que os autores chamam de sistema público de informação de uma sociedade democrática, encarado como “o conjunto de mensagens e suportes de comunicação, através dos quais o cidadão toma conhecimento das atividades do governo e, ao mesmo tempo, comunica ao governo suas opiniões e necessidades” (MATOS, 1999, p. 3-4).

Loisier e Cossette trazem uma ideia mais ligada ao que Matos (1999) chama de “marketing público” – uma concepção de CP ainda vinculada à comunicação governamental, mas sem eximir o Estado de ser o “mediador legítimo da sociedade”

(MATOS, 1999, p. 4), consistindo em uma estratégia para o planejamento e tomada de decisões governamentais, em conformidade com o cenário do mercado político e estatal.

Na França, em 1989, Bernard Miège, aponta a Comunicação Pública como um fator de mudança não só para o governo, como para o público: “um meio de modificar o comportamento do público e suas atitudes, e de envolvê-lo em novas tarefas que exigem sua adesão, a ponto dela aparecer como substituta da confrontação face-a-face com os cidadãos” (MIÈGE, 1989 apud MATOS, 1999, p. 4).

No Brasil, o final do século XX foi marcado como um período de redemocratização, com crescente reabertura política e importantes pressões por conquistas sociais. A promulgação da Constituição Federal, em 1988, dá base a princípios norteadores de políticas sociais, muitas das quais não se efetivaram plenamente. A Comunicação Pública ganha novos significados e seu conceito é ampliado, abrangendo atores da sociedade civil e da iniciativa privada, atendendo ao contexto vigente na época.

A partir de um período de redemocratização pelo qual passam vários países na década de 1980 como o Brasil, os estudos acerca da Comunicação Pública e ideias a ela relacionados passam por processos de ressignificação. Além da abertura política e de seus reflexos diretos, novas perspectivas conceituais referentes à Comunicação propõem uma revisão sobre a própria ideia de recepção enquanto consumidor passivo de informações transmitidas por uma indústria cultural inoculadora.

No campo teórico, começam a surgir ideias que desassociaam Comunicação Pública à Comunicação Governamental:

Nas décadas mais recentes, a partir da consolidação democrática e dos questionamentos em torno do modelo neoliberal e dos efeitos da globalização, tais estudos vêm passando por transformações significativas. Antes sustentada pelos conceitos de propaganda política, comunicação governamental, comunicação institucional, marketing político e eleitoral (que marcaram o período da ditadura militar do período de 1964-1985 e da consolidação democrática), a comunicação pública passou a desvincular-se do papel exclusivo de comunicação entre governo e cidadão, repercutindo as transformações políticas, sociais e econômicas do Brasil das três últimas décadas (MATOS, 2011, p. 40).

Esse alargamento do conceito acompanhou práticas sociais e concepções teóricas que também ampliavam a ideia de responsabilidades na vida pública, compromisso social e participação cidadã. A promulgação da Constituição Federal de 1988 foi ponto central nesse sentido, ao que se soma fatores como o Código de Defesa do Consumidor, fortalecimento de movimentos sociais, retomada da liberdade de imprensa e alto grau de

desenvolvimento tecnológico, em um contexto geral que resultou em mais participação e pressão social, gerando, por sua vez, a percepção da necessidade de informar tanto para governos, sindicatos e empresas (DUARTE, 2011).

Um dos fatores que interferiram na ampliação da noção de Comunicação Pública nesse sentido foi o fortalecimento da visão de Responsabilidade Social nas empresas privadas, que passam a hastear essa bandeira e torná-la um dos focos de trabalho de assessorias de imprensa por todo o mundo, com interesses ligados à imagem e, consequentemente, ao lucro, mas também com um movimento crescente de participar e contribuir em questões da vida pública.

Liedtke e Curtinovi (2016) destacam o livro *Portas Abertas*, da empresa de indústria química Rhodia, como um dos primeiros estudos a compreender o papel das políticas de comunicação empresariais no fortalecimento dos laços com a sociedade. A multinacional lançou nos anos 1980 um programa de relacionamento com a comunidade que pode ser considerado um marco na história da Comunicação Pública no país, no âmbito privado. Na página da Rhodia na internet, fundida com o grupo belga Solvay em 2011, lê-se sobre o plano *Portas Abertas*:

Foi também nos anos 80 que a Rhodia assumiu uma nova postura no País. De empresa fechada e desconhecida do grande público, transformou-se em uma organização de "portas abertas", adotando um Plano de Comunicação Social que revolucionou a relação empresa-sociedade. Entre outras iniciativas, a empresa implantou o Departamento de Valorização do Consumidor, abrangendo todas as suas áreas de atuação, e criou a figura, até então inédita, do ombudsman. (RHODIA, c2018)

Assim, o dever de informar passou a ser também encarado como uma responsabilidade social das empresas, sejam públicas ou privadas, desencadeando a criação de mecanismos que dessem mais visibilidade às ações, publicizando o que é feito em prol do cidadão (LIEDTKE; CURTINOVI, 2016). A concepção da comunicação como um bem público é um dos pontos centrais para esse debate que inclui a iniciativa privada no âmbito da Comunicação Pública.

No contexto de redemocratização do final do século, com a publicação da nova Constituição Federal, votação pelas Diretas Já e um contexto social efervescente em prol de mais participação, a voz do cidadão não poderia mais ser silenciada no espaço público. A Comunicação Pública, logo em seus primeiros passos no campo da sua sistematização atenta-se a ouvir essa voz.

1.5. COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL NOS SEUS VINTE E CINCO ANOS DE DESENVOLVIMENTO CONCEITUAL

Os postulados iniciais do francês Pierre Zémor baseiam os principais estudos brasileiros acerca da Comunicação Pública em seu sentido contemporâneo, tal qual o abordamos. Podemos dizer que o Brasil constrói a base de entendimento do que seja Comunicação Pública a partir das prerrogativas de Zémor (2008), mas a amplia e complexifica nas décadas seguintes. Nesta seção, abordamos essa evolução conceitual que ainda se processa.

1.5.1. De Zémor à virada do século – A comunicação focada no cidadão

Em um contexto de avanços normativos e de práticas de democracia participativa na França, em 1989, Pierre Zémor funda a Associação Francesa de Comunicação Pública. Um dos marcos iniciais dessa trajetória de 30 anos destacados pela Associação em sua página na Internet é a promulgação da Lei 90-55 de 15 de janeiro de 1990⁵, que trata das despesas e financiamento eleitoral, definindo uma fronteira entre comunicação institucional e propaganda política em processos eleitorais no país.

Envolvido em projetos de comunicação em serviços públicos franceses, em 1995, Zémor lança o livro *Communication Publique*, traduzido para o português em uma versão resumida pela professora Elizabeth Brandão. Na obra, o autor francês compreende Comunicação Pública como a que se dá no espaço público e é legitimada pelo interesse geral. O conceito de Zémor era renovador, pois deslocava o foco institucional, mercadológico e personalizado de comunicações de entidades públicas para o cidadão.

[...] esta comunicação se situa necessariamente no espaço público, sob o olhar do cidadão. Suas informações, salvo raras exceções, são de domínio público, pois assegurar o interesse geral implica a transparência. A Comunicação Pública ocupa, portanto, na comunicação natural da sociedade, um lugar privilegiado ligado aos papéis de regulação, de proteção ou de antecipação do serviço público. (ZÉMOR, 2008).

A obra é considerada pelos principais autores do tema no Brasil como decisiva e precursora para a compreensão atual da Comunicação Pública (BRANDÃO, 2007;

⁵ Disponível em: <https://www.timetoast.com/timelines/1940188>. Acesso em 25 de 06 de 2019, 13h46.

MATOS, 2007; MONTEIRO, 2007; DUARTE, 2007) que se tem e se desenvolve no país. Segundo Brandão (2007), a compreensão da CP como informação para a construção de cidadania está ligada ao autor, e, conforme Graça Monteiro (2007), o livro de Zémor tornou-se uma referência obrigatória a interessados no assunto.

A visão de Zémor (2008), no entanto, é ampliada e aprofundada por pesquisadores brasileiros, já que, como destaca Koçouski (2012b), em toda essa obra, Zémor dedica-se a falar basicamente de comunicação estatal, embora ressalte uma nova comunicação, sob o prisma da cidadania. Quase uma década e meia depois do livro que ancorou as primeiras pesquisas brasileiras sobre o tema, Zémor (2009) manteve sua compreensão de Comunicação Pública como a realizada por instituições públicas voltadas ao interesse geral, como se vê em um artigo publicado em 2009 no Brasil. Nessa perspectiva, Comunicação Pública:

É troca e compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais. A responsabilidade disso compete às instituições públicas; ou seja, às administrações do Estado, aos serviços das coletividades territoriais, aos estabelecimentos, empresas, organismos encarregados de cumprir uma missão de interesse coletivo. (ZÉMOR, 2009, p. 189)

Após esse primeiro momento, baseado fundamentalmente nos pressupostos de Zémor (2008), pesquisadores brasileiros se debruçam sobre o tema – que gerou forte interesse por profissionais e pesquisadores –, ampliando a ideia de Comunicação Pública estritamente estatal, ou governamental, tal qual originalmente definida pelo autor francês. Uma das proposições vem de Heloísa Matos:

A contribuição de Pierre Zémor para a sistematização da comunicação pública é inegável. No entanto, é necessário sair do círculo concêntrico em torno do governo, deixando que o Estado e também a sociedade assumam a responsabilidade da comunicação pública (MATOS, 2007, p. 54)

O processo de redemocratização pela qual o país passava, assim como os fatores globais de emergência e fortalecimento de pressões da sociedade civil, de movimentos sociais, de conscientização por riscos ambientais, além de um contexto de cobranças de compromissos sociais por parte de empresas privadas, contribuem para os desenvolvimentos conceituais que se sucedem.

Brandão (2007) argumenta que expressões como marketing político, propaganda política ou publicidade governamental ficaram vinculadas à ideia de “manipulação das

massas”, o que exigia uma terminologia mais adequada e compatível com a nova realidade política do país. “A comunicação é hoje um ator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público” (BRANDÃO, 2007, p. 10).

Fazer Comunicação Pública não deveria mais manter uma conotação negativa de manipulação, ideologização, persuasão, segundo preconizava Zémor (2008). Nem se resumia à radiodifusão pública, comunicação governamental, política ou organizacional, como discutiam principalmente Oliveira (2004a), Matos (2007, 2009) e Brandão (2007).

Um conceito abrangente e complexo começava a ser formatado. O foco, sobretudo, seria a comunicação para a construção da cidadania e, nesse bojo, premissas como diálogo, interesse público e participação deveriam dar a tônica das práticas comunicacionais, independente dos promotores.

Assim, tais prerrogativas não deveriam estar restritas a um setor específico, afirmavam os pesquisadores – com algumas discordâncias. Comunicação Pública não deveria restringir-se à comunicação de governos, pois deveria envolver poderes Legislativo e Judiciário, e as políticas não deveriam ser alteradas a cada mudança de gestão.

Tampouco a comunicação política seria sinônimo de Comunicação Pública, mas parte da ideia⁶. O conceito também abrangeria organizações da sociedade civil, como ONGs, sindicatos, partidos políticos e, mais: entidades privadas não poderiam se esquivar do compromisso público nas suas ações e, portanto, em alguma medida, também deveriam inserir a Comunicação Pública nas suas práticas comunicacionais, como uma política de comunicação integrada às políticas da organização.

Para Matos (2011), somado a esse alargamento paulatino do conceito, a convivência de autores europeus com autores nacionais resultou em abordagens mais centradas à realidade nacional. A autora destaca além de Pierre Zémor, os teóricos Bernard Miège e Boris Libois.

Segundo a autora (MATOS, 2009), Libois e Olliver-Yaniv vêm apontando para a necessidade de se traçar interseções e, ao mesmo tempo, distinções entre as noções de comunicação governamental e de Comunicação Pública.

⁶ A professora Heloísa Matos destoa desse entendimento em alguns de seus artigos, abrangendo a Comunicação Pública como uma das possibilidades da Comunicação Política. Isso, no entanto, não a faz discordar das premissas básicas do conceito de CP que tratamos neste trabalho. Pelo contrário, muitas de tais premissas ela muito contribuiu e as propõe de forma precursora.

O conceito de Comunicação Pública foi, assim, sendo desenvolvido em paralelo por diferentes autores no Brasil, América Latina, Inglaterra e Europa, com algumas confluências e certas discordâncias, configurando-o ainda como um conceito em construção. Avanços e retrocessos marcam essa curta história recente do desenvolvimento conceitual da Comunicação Pública, especialmente no Brasil.

1.5.2. Avanços práticos e conceituais na concepção de Comunicação Pública

Desde o início do século XXI, a Comunicação Pública foi ganhando corpo e forma e, se ainda não tem um escopo teórico próprio, o conceito deu passos firmes para sua construção. O foco no cidadão, materializado na obra de Zémor (2008), períodos de redemocratização após ditaduras militares especialmente na América Latina, e a constituição de um espaço público mais plural e participativo de forma global formaram o pano de fundo ideal para o desenvolvimento teórico das ideias relativas à Comunicação Pública.

No Brasil, os governos foram se abrindo à participação popular, incluindo processos deliberativos alinhados às novas tecnologias, e a Comunicação Pública avançou. Entre outros campos, a radiodifusão pública ganhou condições de estabelecer um sistema mais autônomo e participativo (BUCCI, 2007). Porém, com poucos avanços no campo da regulamentação dos meios de comunicação e tampouco na política de concessões dos veículos de radiodifusão.

O grande interesse pelo assunto, especialmente por servidores públicos, direcionou estudos teóricos para subsidiar práticas profissionais, sobretudo de áreas de comunicação de instituições ligadas ao Estado – dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. Nesse sentido, Duarte (2007) afirmou que a Comunicação Pública no Brasil se aproximava mais de um ethos do que um conjunto específico de conhecimentos. Ainda assim, as contribuições no campo teórico foram bastante significativas no começo deste século, como as definições do próprio autor a respeito da abrangência da Comunicação Pública, em uma visão que alcança a sua finalidade, independente dos promotores:

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. Portanto, é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito ao aparato estatal, ações

governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às empresas privadas. (DUARTE, 2007, p. 61).

Em outro artigo, Duarte (2011, p. 128) sinaliza finalidades da Comunicação Pública para qualificar a gestão do que é público. São elas:

- a) Identificar demandas sociais;
- b) Definir conceitos e eixos para uma ação pública coerente e integrada;
- c) Promover e valorizar o interesse público nas instituições;
- d) Qualificar a formulação e implementação de políticas públicas;
- e) Orientar os administradores em direção a uma gestão mais eficiente;
- f) Garantir a participação coletiva na definição, e na implementação, no monitoramento e no controle, bem como na viabilização, avaliação e revisão das políticas e ações públicas;
- g) Atender as necessidades do cidadão e dos diferentes atores sociais em obter e disseminar informações e opiniões, garantindo a pluralidade do debate público;
- h) Estimular uma cidadania consciente, ativa e solidária;
- i) Melhorar a compreensão sobre o funcionamento do setor público;
- j) Induzir e qualificar a interação com a gestão e a execução dos serviços públicos;
- k) Avaliar a execução das ações de interesse coletivo.

Duarte (2011) também categoriza eixos centrais, que indicariam pré-requisitos de ação dos agentes e instituições que lidam com a comunicação de interesse público. O autor sugere quatro: Transparência, Acesso, Interação e Ouvidoria Social.

Transparência é apresentada principalmente no sentido de oferta de informações, e a prestação de contas, incluindo a incorporação de valores éticos pelos agentes públicos envolvidos.

Acesso diz respeito à facilidade, estímulo e orientação para buscar informações, opinar, fiscalizar e influir na gestão do que é público, incluindo linguagem adaptada, artifícios de leiaute, diversidade de formatos, mídias, fluxos, horários e processos que permitam uma interação adequada.

Já no eixo Interação, Duarte (2011) insere a criação, manutenção e fortalecimento de instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bilaterais ou multilaterais,

respeitando premissas de um diálogo equilibrado e simétrico. Todos os envolvidos deveriam ter igual direito e oportunidade para se expressar e serem ouvidos viabilizados por meio de produtos, serviços, ambientes e situações que permitam acesso, compreensão, cooperação, participação e crítica.

No eixo Ouvidoria Social, Duarte (2011) adjunta o interesse em conhecer e compreender a opinião pública, em seus diversos segmentos, sendo um pressuposto para o atendimento às expectativas da sociedade. Além de conhecer e compreender motivações, interesses, propostas e critérios de satisfação, o pré-requisito diz respeito também a assumir o compromisso de considerá-los como referência para ações.

Como dissemos, assumimos neste trabalho a compreensão da Comunicação Pública enquanto processo que pode e deve ser acionado por Estado, mercado e sociedade. Foi essa também a opção conceitual de Jorge Duarte (2007) ao organizar a obra que virou referência no assunto no Brasil, denominada “Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público” e está alinhada ao posicionamento do colombiano Juan Camilo Jaramillo López quando afirma em sua *Propuesta general de comunicación pública*:

Comunicação pública, então, é aquela que ocorre na esfera pública seja para construir bens públicos (política); influenciar a agenda pública (midiática); comunicar entidades do Estado com a sociedade (estatal); para construir sentido compartilhado dentro da organização (organizacional) ou como resultado das interações típicas dos movimentos sociais (da vida social). Assim, a sua definição começa por incluir a noção de «o público», que para Nora Rabotnikof é aquilo que é «visível, manifesto, coletivo e acessível» (Rabotnikof, 2005) e para José B. Toro: «o que convém a todos, da mesma maneira, pela dignidade de todos» (Toro, 2001). (JARAMILLO LÓPEZ, 2012, p. 7, tradução nossa).⁷

Juan Jaramillo López é um pesquisador colombiano que começou seu interesse na pesquisa sobre Comunicação Pública na década de 1990, mesma época em que os artigos seminais sobre o tema foram apresentados no Brasil. Nesse período, Jaramillo López era

⁷ Tradução nossa. No original: “Comunicación pública, pues, es la que se da en la esfera pública bien sea para construir bienes públicos (política); para incidir en la agenda pública (mediática); para comunicar a las entidades del Estado con la sociedad (estatal); para construir sentido compartido al interior de la organización (organizacional) o como resultado de las interacciones propias de los movimientos sociales (de la vida social). Por tanto, su definición empieza por incluir la noción de «lo público», que para Nora Rabotnikof es aquello que es «visible, manifiesto, colectivo y accesible» (Rabotnikof, 2005) y para José B. Toro: «lo que conviene a todos, de la misma manera, para la dignidad de todos» (Toro, 2001). (JARAMILLO LÓPEZ, 2012, p. 7)”.

assessor de comunicação de José Bernardo Toro quando este apresentou seu *Modelo de comunicación macrointencional*, ligado à mobilização social.

Em sua *Propuesta general de comunicación pública*, Jaramillo López (2012) argumenta que o âmbito da comunicação não é único, que há campos claramente diferenciados, mas articulados, com metodologias, estratégias e meios próprios. Sua percepção é mais vinculada à ideia de Habermas e suas pesquisas mais alinhadas às manifestações e movimentos sociais.

Na introdução da obra *Comunicação Pública, sociedade e cidadania*, a pesquisadora Margarida Kunsch (2011, p. 16) apresenta o pesquisador italiano Stefano Rolando como sendo “a maior referência mundial nos estudos de comunicação pública” e o colombiano Juan Jaramillo López como “autoridade de renome internacional nessa temática”.

Além de se mirar os atores, a finalidade da Comunicação Pública como enfoque é defendida por diferentes pesquisadores, mas o italiano Paolo Mancini sistematiza a ideia. Conforme Koçouski (2012b) e Haswani (2013), Mancini sugere a delimitação do conceito em três dimensões: a dos promotores, que, em sua visão, podem ser organizações públicas, privadas ou semipúblicas⁸ – são o que chamamos aqui de atores; a finalidade – a comunicação não deve ser orientada para a obtenção de uma utilidade econômica imediata; e o objeto – a comunicação deve ter por objeto o interesse geral.

A proposição de Paolo Mancini, apresentada no Brasil por Mariângela Haswani (2013) e Mariana Koçouski (2012b), em conjunto com outros autores italianos que pesquisam a Comunicação Pública ampliou a literatura sobre CP utilizada por pesquisadores brasileiros. Junto à Mancini, os pesquisadores italianos Stefano Rolando e Roberto Grandi são os mais citados.

No entanto, tem sido cada vez mais comum encontrar referências recentes tanto ao colombiano Jaramillo López como ao britânico Denis McQuail, autores fora do Brasil que investigam a Comunicação Pública em uma ótica próxima aos principais estudos nacionais (MATOS; GIL, 2013; CEROZZI, 2018). De forma mais aprofundada em Koçouski (2012b) e Haswani (2006, 2013), é possível encontrar referências mais esporádicas e pontuais sobre os autores em artigos iniciais, como em Brandão (2007) que

⁸ “Por instituições semipúblicas se entendem aquelas que, como os partidos, são sujeitos de direito privado, mas interveem continuamente sob argumentos de interesse público (...) Instituições semipúblicas são aquelas que se põem entre o Estado e cidadãos” (HASWANI, 2013, p. 123).

cita o colombiano, relacionando-o a uma concepção de Comunicação Pública identificada com estratégias de comunicação na sociedade civil organizada.

Denis McQuail, Stefano Rolando, Paolo Mancini e Jaramillo López ampliam a literatura acerca da Comunicação Pública, apresentando diferentes visadas e sistematizações que se somaram à pesquisa nacional que já avançava, um tanto difusa, mas de forma consistente, em torno do tema. Os estudos têm gerado um arcabouço abrangente e diverso, cuja centralização do foco no cidadão e no interesse público sob a perspectiva comunicacional é o principal ponto em comum.

A partir da literatura investigada, assumimos nesta pesquisa a Comunicação Pública como processos e práticas comunicacionais dialógicas instauradas no espaço público midiaticado, relacionadas à construção da cidadania, à participação cidadã e ao interesse público e que pode compreender como atores Estado, mercado e sociedade civil pressupondo regras democráticas.

Assim, em acordo com o que discutimos anteriormente, a Comunicação Pública pressupõe um regime democrático para que se efetive, ainda que este não a garanta. Regimes não democráticos se distanciaram da Comunicação Pública ao longo da história, em práticas antagônicas ao que a CP requer em sua compreensão moderna, seja no Brasil ou no mundo. Porém, a fragilidade do sistema democrático, que pode se manifestar na fraca participação social, não solidez nas garantias de direitos e enfraquecimento das instituições, pode sucumbir as práticas comunicacionais ligadas ao interesse público, à participação e à cidadania, ainda que não esteja sob um regime de autoritarismo.

O espaço público contemporâneo, progressivamente midiaticado, é indispensavelmente o contexto a ser considerado para a Comunicação Pública. As constantes e aceleradas transformações nas lógicas comunicacionais incidem sobre os atores sociais, assim como os atores sociais recriam novas lógicas, seja no que tange a instituições, como a imprensa, seja no que respeita a atores individuais. Os fluxos, antes predominantemente descendentes, tendem a se alterar, em um caminho em que outras vozes são expressas, ainda que nem sempre reverberem.

Compreendendo esse contexto em que se pressupõe um regime democrático e que se considera o espaço público midiaticado contemporâneo, a Comunicação Pública refere-se tanto a processos comunicacionais, quanto a práticas que se manifestem voltadas fundamentalmente à construção da cidadania, à participação cidadã e ao interesse público, promovidas por entes do Estado, mercado e sociedade civil, em constante intersecção.

O esquema a seguir sintetiza a ideia central que assumimos, a partir da literatura investigada:

Figura 1: Esquema conceitual da Comunicação Pública



Fonte: Elaboração própria

1.5.3. Comunicação Pública pelo seu retrato atual – Rupturas sociais, ideológicas e políticas?

Jorge Duarte (2007) ao encerrar seu artigo sobre Instrumentos de Comunicação Pública, ante os consistentes avanços que se verificavam no campo acadêmico e prático relacionadas à Comunicação Pública disse, no final da década passada, que talvez estivéssemos em um “caminho sem volta em direção a uma comunicação mais democrática e pluralista”. Mas sabia que era necessário um “espírito público suportado por uma necessária capacidade técnica” para a sua operacionalização que, ainda conforme o autor, “demanda uma opção política pela cidadania e pelo interesse público” (DUARTE, 2007, p. 70).

Seu discurso soa bastante preciso para o momento atual da CP, já que o “caminho sem volta” não se concretizou e o que se tem registrado são sérios retrocessos no campo. O alerta de Duarte (2007) atenta-nos a buscar entender o porquê desse processo inverso – se a capacidade técnica parecia avançar, foram a cidadania e o interesse público que deixaram de ser uma opção política?

Em uma esfera pública midiaticizada, conforme abordamos no Capítulo 2 e em um contexto de prevalência de tecnologia e inovação, como discutimos no Capítulo 3, a Comunicação Pública viu nos últimos 15 anos suas possibilidades serem ampliadas largamente, com amplificações de espaços e canais de interlocução. Mas, como mostram diversos pesquisadores (POZOBON, 2011), a técnica é insuficiente para reverberar, de forma exclusiva, em ganhos para a cidadania e o interesse público.

Falar sobre a história presente é um desafio para os mais diversos pesquisadores (HOBSBAWM, 1994; BARBOSA, 2013), mas um desafio ao qual não podemos nos furtar. Entender o contexto global diverso deste início de século, supera em muito, os desafios relacionados à compreensão das novas tecnologias que são desenvolvidas a cada momento. Mais que isso, um novo mundo se desdobra, em um contexto global de múltiplas crises e, entre elas, a crise da democracia liberal (CASTELLS, 2018; MOUNK, 2019). Criam-se e recriam-se novas lógicas interacionais e, como não poderia deixar de ser, novas lógicas comunicacionais.

Com rupturas e que, em muitos casos, têm representado graves retrocessos no que respeita a conquistas de direitos, a história presente, a partir especialmente da segunda década deste século XXI (2010-2020), vem registrando transformações profundas nos mais diferentes âmbitos da vida humana, especialmente sociais, ideológicas e políticas. Pela recenticidade dos fenômenos, é difícil estabelecer suas raízes mais ou menos exatas, que podem remontar no cenário nacional à década de 1980 (CASIMIRO, 2018), mas tem nos atos pró-impeachment da presidente Dilma Rousseff, em 2015, sua principal marca no Brasil.

Para Castells (2018), vivemos uma rejeição coletiva à democracia liberal, que tem resultado no surgimento de lideranças políticas que têm alterado de forma profunda a ordem política nacional e mundial. A eleição de políticos extremistas faria parte desse contexto de rupturas, que alcança desde sistemas democráticos mais sólidos e tradicionais como nos Estados Unidos de Donald Trump (2016), a nações mais periféricas e com democracias mais frágeis, tal qual Rodrigo Duterte nas Filipinas (2016) e a eleição de Jair Bolsonaro, no Brasil (2018).

Como uma tendência mundial, a emergência de neoconservadores no poder tem acarretado muitas vezes práticas antidemocráticas de variada ordem que, indistintamente, reverberam na Comunicação Pública – que tem sofrido retrocessos típicos de autoritarismos (MOUNK, 2019; CASTELLS, 2018; SOLANO, 2018). Políticas de controle de informação, falta de transparência, revisionismos históricos e, de forma mais abrangente, um contexto de deslegitimação de instituições, inclusive da imprensa tradicional e da Ciência de forma geral.

A Comunicação Pública atualmente no Brasil e em diversos países do mundo tem sofrido reveses históricos e que dificilmente se reverterão em pouco tempo, na medida em que as condições sociais, econômicas e culturais que levaram ou retornaram tais políticos aos centros do poder, não dão mostras de arrefecimento.

Para Almeida (2018), em alinhamento com Dardot e Laval (2016), as práticas atuais estão em pleno acordo com o regime neoliberal, para o qual se faz necessário um processo de desdemocratização, isto é, a democracia para o neoliberalismo é tida como um detalhe prescindível, sendo necessário atuar na retirada progressiva da possibilidade de decisões democráticas a fim de manter a ordem econômica (ALMEIDA, 2018).

Como haver Comunicação Pública fora de regras básicas do jogo democrático, ou ainda, com as regras desse jogo sendo a todo tempo subvertidas? No Brasil, tem sido cada vez mais vastos os exemplos de práticas antidemocráticas que afetam pilares da comunicação no debate público, pela inobservância de princípios básicos como de liberdade de imprensa e de liberdade de expressão, com investidas contra estruturas que vinham se solidificando.

Um exemplo é a radiodifusão pública no país, que vinha acumulando práticas que favoreciam sua independência e autonomia, caminhando (ainda que lentamente) para um sistema mais robusto e aberto às demandas públicas, e passa a sofrer desde 2016 ataques e desmontes (RAMOS *et al.*, 2016)⁹. Na prática, nos últimos anos, o canal público passou a ser utilizado para difundir atos pró-governo, tal como se temia e vinha acontecendo desde o governo de Michel Temer, no período pós-impeachment (RAMOS *et al.*, 2016)¹⁰.

Mas, para muito além da radiodifusão pública, os ataques à Comunicação Pública estão se espalhando de maneira muito variada, inclusive por meio de práticas discursivas

¹⁰ Em 2019, na gestão do presidente Jair Bolsonaro, foi autorizada a “fusão”¹⁰ da programação TV Brasil, emissora pública vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), com a NBR, emissora estatal de televisão do Governo Federal, vinculada à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, cuja missão constitucional é informar e dar transparência às ações do Poder Executivo Federal.

antidemocráticas e de controle de informações. No país, o discurso oficial faz troça de direitos duramente conquistados, aos olhos e aplausos de eleitores, forjando do outro lado não adversários políticos, mas inimigos. Na tentativa de deslegitimar instituições sólidas e fundamentais no Estado de Direito, que poderiam oferecer um contraponto às narrativas introduzidas pelos que estão nos centros de poder, a imprensa e espaços de conhecimento e saber científico como universidades têm sido alvos de constantes ataques.

A emergência de um espaço público midiaticado estabelece novas lógicas relacionais. Táticas antigas parecem surfar na onda digital com grande facilidade, lançando mão com primazia (mas não de forma exclusiva) de recursos tecnológicos para disseminar práticas de acordo com o que cada vez mais naturalmente se denomina como pós-verdade.

Disseminação de narrativas revisionistas, de desinformação e de discursos de ódio (CASIMIRO, 2018; SENA; LUVIZOTTO, 2019) estão entre as práticas mais comuns adotadas nos últimos anos, não só no Brasil, com sérios comprometimentos a um debate público qualificado. Um espaço público midiaticado e especialmente polarizado como se tem no Brasil tem sido um campo de batalhas de narrativas que vão desde forjar uma ideia de Nazismo de Esquerda a de apresentar os 21 anos de Ditadura Militar como uma contrarrevolução que salvou o país da ameaça comunista.

Como ficam, ante esse contexto hiperconectado e de tanta polarização, experiências baseadas em tecnologias digitais que buscam favorecer a cidadania e práticas democráticas? De onde elas partem? Como se processam e quais motivações carregam? Essas são perguntas que norteiam este trabalho, mas que para nos aproximarmos delas, antes entendemos ser imprescindível abordar mais detalhadamente esse novo espaço público em que estamos inseridos, hiperconectado e midiaticado – nosso tema do próximo capítulo.

2. ESFERA PÚBLICA MIDIATIZADA: ENTRE APOSTAS E PARADOXOS

A comunicação ocupa cada vez mais a centralidade dos processos interacionais humanos. A tecnologia digital em rede alterou ritmos, acelerou temporalidades, ampliou espacialidades, transformou a forma com que lidamos com o outro, com o dinheiro, com a política, com a imagem do mundo e de nós mesmos. Comunicação e Tecnologia estão assim inseridos nas trocas pessoais e globais, perfazendo um conjunto que afeta de forma profunda costumes e práticas culturais em todo o planeta.

Nesse sentido, dois processos impactam sobremaneira a esfera pública – digitalização e midiatisação. As esferas pública e privada cada vez mais se confundem ante: (1) A codificação digital dos comportamentos sociais e (2) O atravessamento dos campos sociais pela mídia, que não se representa mais exclusivamente como instituição, mas também a partir de práticas experienciais que partem de diversos atores sociais.

Pleitos eleitorais e plebiscitos, debates, críticas e comentários sobre a vida pública, mobilizações sociais, reclamações de serviços públicos e privados, controle de gastos públicos e projetos de incentivo a práticas democráticas e cidadãos transmudaram em formato, alcance e visibilidade com a digitalização da vida e a midiatisação da sociedade.

Acompanhando esse processo social, que começa de forma concreta há menos de trinta anos, apostas e descréditos configuram a base das principais pesquisas que conjugam diferentes áreas sobre o tema. Com grande otimismo no final dos anos 1990, a segunda década do milênio tem registrado rechaços ingentes à tecnologia em rede na sua faceta capaz de incrementar práticas cidadãs.

Um acentuado uso extrativo dos dados pessoais para incentivo ao consumo por parte de grandes empresas transnacionais tem roubado a cena de boa parte das discussões, dando ascensão a títulos como *The People Vs Tech: How the Internet is Killing Democracy (and how We Save It)*, de James Bartlett e a conceitos como “colonialismo de dados”, de Couldry e Mejías, ou “capitalismo da vigilância”, de Shoshana Zuboff.

Considerando essa realidade, ao qual não podemos silenciar nos estudos recentes relativos à internet, e discutindo possibilidades e caminhos, alguns propostos pelos mesmos autores mencionados, avançamos a seguir no sentido de buscar compreender a esfera pública midiatisada em que estamos inseridos e o contexto de experiências que buscam aliar tecnologia e práticas de promoção da cidadania na contemporaneidade.

2.1. A CRISE DA DEMOCRACIA

O debate sobre a “crise da democracia” parece ser uma discussão tão longa quanto a própria caracterização e conceituação da própria democracia. Às crises das instituições, dos partidos, da modernidade, sobrepõe-se o que tem sido comumente designado como crise da democracia liberal (CASTELLS, 2018; MOUNK, 2019).

A desigualdade social, a miséria, a ascensão do capital, das grandes riquezas, e também da fome, da pobreza, da criminalidade trazem questionamentos acerca da pertinência dos valores democráticos e das possibilidades de uma democracia real. Disseminam-se questionamentos sobre o que se sucede após a propalada e histórica crise ou crises da democracia.

Rancière (2014) questiona se o termo democracia ainda convém aos regimes contemporâneos. O autor indaga se ainda pode-se falar em democracia no mundo atual ao lançar suas reflexões em ensaio apresentado em 2011 na cidade de Atenas, considerada por muitos como o berço da democracia. Conforme o autor, há quarenta anos, a ideia de democracia se estabelecia sob uma oposição ao totalitarismo, configurando um modo de vida global com conjunto de valores partilhados.

Porém, a realidade vem mostrando que o que chamamos de práticas democráticas resumem-se cada vez mais a participações em pleitos eleitorais, que vêm conferir legitimidade à competência de especialistas da gestão dos assuntos comuns. Para o autor, o Estado democrático é em si uma contradição, cujo princípio está na ideia de um poder que não pertence a ninguém e que não pode ser monopolizado por nenhuma competência.

O que se tem no presente, segundo Rancière (2014), é um movimento de involução da democracia, em que os estados que se denominam democráticos são, isto, sim, oligarquias que implicam na rejeição ao poder do povo. É também o que argumentam Dardot e Laval (2016), que identificam a racionalidade neoliberal regendo o espaço público contemporâneo.

Segundo os pesquisadores, a racionalidade neoliberal tem na sua norma fundamental a competição mortífera, a modelar a vida social, “introjetada na subjetividade dos indivíduos pelo capital e seu mercado” (DARDOT; LAVAL, 2016). Citando Michael Foucault, Brown (2019) complementa que na racionalidade neoliberal, os princípios do mercado se tornam os princípios do governo, além de circular nas instituições em toda a sociedade, como escolas e locais de trabalho.

Esses princípios tornam-se princípios de realidade que saturam e governam cada esfera da existência e reorientam o próprio *homo economicus*, transformando-o de um sujeito da troca e da satisfação de necessidades (liberalismo clássico) em um sujeito da competição e do aprimoramento do capital humano (neoliberalismo) (BROWN, 2019, p. 30-31).

Para a autora, a racionalidade neoliberal prepara o terreno para mobilizar e legitimar as forças antidemocráticas desta segunda década do século XXI, que culminam no que Castells (2018) e Mounk (2019) chamam de crise da democracia liberal. A crise na legitimidade política, junto à crise econômica ocupam o cerne da questão.

Mas, Rancière (2014) entende, apesar das críticas, que democracia ainda é a palavra que melhor pode designar o princípio de alternativas a formas de dominação oligárquicas, e que tem na igualdade um ponto de partida e não de chegada. Para o autor, a ideia que se deve ter de democracia atualmente refere-se a uma igualdade construída no processo. Assim, Rancière (2014) entende como ideia de Democracia:

A ideia de um processo que põe em prática a capacidade de qualquer um, autónoma em relação à esfera pública definida pelo funcionamento estatal; a ideia de igualdade que não é um fim a atingir, mas um processo que constrói, no presente, as suas formas concretas de existência em todos os domínios da vida. Tal ideia parece implicar um programa desmesurado. Mas só esta desmesura me parece capaz de dar hoje um novo alcance à palavra democracia (RANCIÈRE, 2014, s.p.).

O posicionamento do autor é anterior à radicalização imposta por políticas extremistas desenvolvidas em boa parte por políticos democraticamente eleitos. Ante um espaço público digitalizado e midiaticado, como argumentamos a seguir, a desmesura para se falar em democracia na contemporaneidade se mostra para alguns impraticável, considerando-se as lógicas capitalistas vigorantes na sua manifestação neoliberal atual e a ascensão de extremistas no poder em diversos países do mundo (MOUNK, 2019).

Castells (2018), ao falar em ruptura, aposta em projetos embrionários, a partir da capacidade da autocomunicação, deliberação e codecisão permitidas pela rede, de modo a reconstruir “de baixo para cima o tecido das nossas vidas”. Longe de configurarem instituições estáveis, seriam “embriões de liberdade” incapazes de constituir, por si só, uma ordem nova, mas com possibilidades de resolver problemas que vão surgindo, urgências, “pondo em prática o enorme caudal de informação e conhecimento de que dispomos para gerir nossos problemas” (CASTELLS, 2018, p. 147-148).

Nas perspectivas multifacetadas que podemos encarar o contexto contemporâneo, optamos de início por retroceder à ideia habermasiana de esfera pública para alcançar o

debate de sua nova configuração no século XXI, compreender seus usos baseados em controle e vigilância, sem desprezar alternativas traçadas por pesquisadores do mundo todo que buscam, tímida ou fortemente, propor caminhos de forma crítica e consciente.

2.2. A ESFERA PÚBLICA HABERMASIANA

Tendo como ponto de partida o conceito seminal de esfera pública proposto e revisado por Jürgen Habermas, pretendemos discutir novas configurações que foram identificadas por diferentes pesquisadores vinculados ou não à Teoria Crítica e pós-estruturalista acerca da esfera pública e das transformações que nela se operaram desde o século XX.

Seguindo essa linha, buscamos articular e apresentar reflexões a respeito das novas proposições sobre esfera pública no contexto da hiperconectividade relacionada à Midiatização, que vem se configurando a partir do fim do século passado com importantes transformações engendradas a partir de tecnologias em rede.

Como parte da segunda geração de teóricos da Escola de Frankfurt, Habermas desenvolve e discute ideias centrais acerca da Indústria Cultural, revisando e redirecionando algumas pautas dos frankfurtianos da primeira geração, como de Theodor Adorno, de quem foi aluno. Ao propor, em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, a ideia de um espaço de discussão racional surgido na classe burguesa dos séculos XVIII e XIX, situado entre Estado e esfera privada, dá a base fundante para concepções ainda muito utilizadas sobre esfera pública atualmente.

Para Habermas (2014), posicionando-se na segunda metade do século XX, a esfera pública seria esse espaço de argumentação racional sobre a coisa pública voltado à busca pelo consenso, uma esfera pública formada inicialmente pela classe burguesa, em reivindicação de informações sobre atos do Estado e que vem à reboque das transformações sociais, econômicas e políticas empreendidas em um contexto de capitalismo mercantil nascente.

A ideia de uma esfera pública burguesa original incluía no seu bojo a ideia de Comunicação Pública como ponto central, mas aqui uma comunicação eminentemente literária e burguesa:

Compondo-se sobretudo de cidadãos e burgueses, e transcendendo a república dos eruditos, um público leitor universal que não se limita a

ler e reler intensivamente umas poucas obras tradicionais, mas que orienta seus hábitos de leitura para o fluxo de novas publicações, faz surgir, como que a partir do bojo da esfera privada, uma rede relativamente densa de comunicação pública (HABERMAS, 2014, p. 38).

A ideia de uma esfera pública composta por sociedades de leitura que forjavam uma nova cultura literária se altera. Como principais fatores para que isso ocorra, Habermas (2014) destaca a politização da vida social, a ascensão da imprensa opinativa e a luta contra a censura e pela liberdade de opinião que ocorrem pós-Revolução Francesa. Tal mudança estrutural ocorre em conformidade com mudanças do Estado e da economia.

Tem-se então, uma mudança de função da rede de Comunicação Pública, que se vê expandida até a metade do século XIX. A esfera pública dominada pelo debate literário se transformaria em uma esfera pública dominada pelos meios de comunicação de massa.

Para Avritzer e Costa (2004), em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Habermas defende que a relação da burguesia com o poder é estruturalmente diferente de outras classes na história, pois ao mesmo tempo em que a classe renuncia ao exercício direto do governo, reivindica o direito de ter conhecimento das ações do Estado:

Tal demanda serviu, assim, para conferir um caráter público às relações entre Estado e sociedade. Isto é, como resultado da reivindicação por parte da burguesia da prestação pública de contas, emergiu uma esfera constituída por indivíduos que buscam submeter decisões da autoridade estatal à crítica racional (AVRITZER; COSTA, 2004, p. 707).

Para Habermas (2014), a mudança estrutural da esfera pública que se dá em um contexto diverso, compreende a integração entre Estado e sociedade, o surgimento dos meios de comunicação de massa, como a nascente televisão, a crescente importância da propaganda, a fusão entre entretenimento e informação, a decadência de associações liberais, entre outros fatores.

Lubenow (2012, p. 193) acredita que a argumentação da relação esfera pública-meios de comunicação proposta por Habermas está relacionada com o ceticismo em relação ao ambivalente potencial democrático dos meios, mantendo conexão com a teoria crítica da cultura de massas da Escola de Frankfurt e de seu professor, Theodor Adorno.

De todo modo, percebemos que em um contexto econômico, político e social diverso, a esfera pública assume uma nova constituição a partir da segunda metade do século XX, segundo o olhar habermasiano, e passa a ser regida por novas lógicas de consumo para as quais as práticas comunicacionais têm papel crucial – especialmente os meios de comunicação de massa em forte expansão naquele momento.

Ao compreendermos a CP como práticas e processos comunicacionais que se instauram entre Estado, mercado e sociedade relacionadas à cidadania e ao interesse público (BRANDÃO, 2007; MATOS, 2007), percebemos que a mudança estrutural da esfera pública identificada por Habermas no século passado se deve, entre outros fatores estruturais, às novas dinâmicas sociais que se estabelecem a partir da lógica da “massa” e do “consumo” para os quais os meios de comunicação fortemente atuaram, tornando o público de massa o objeto de um novo modelo de negócios.

Para Habermas, “as oportunidades de acesso à comunicação pública ficaram sujeitas a uma pressão coletiva cada vez mais rigorosa” em uma esfera pública chamada pelo autor como “esfera pública midiática de massa” (HABERMAS, 2014, p. 58).

No entanto, ainda no que tange a práticas e processos comunicacionais processados na esfera pública do século XX, se tomarmos a perspectiva da sociedade civil no contexto pós-Guerras e pró-desenvolvimentista de então, as contranarrativas propostas por grupos e movimentos sociais que se sucedem denotam uma esfera pública estendida, que compreende para além da sua formação liberal, públicos diversos como operários e mulheres que, ainda que silenciados ou tidos como forasteiros aos campos dominantes, pressionam e incomodam estruturas de poder. É aí que residem as principais críticas, ampliações e contribuições às ideias originais de Jürgen Habermas no que respeita à concepção da esfera pública liberal.

2.2.1. Revisões e Ampliações à esfera pública habermasiana

Discutida e criticada, tal concepção passou por revisões pelo próprio Habermas que, em seu prefácio da nova edição de *Mudança estrutural da esfera pública* (2014), absorve parte das críticas e amplia a ideia original. O autor entende que arenas públicas diferentes, compreendendo membros diversos, são constituídas a partir da relação e diálogo que incluem grupos como mulheres e operários, alargando a ideia originalmente proposta de esfera pública.

Sobretudo, Habermas compreende que a visão histórica linear que propõe de início, de uma esfera pública composta por um público ativo para um público privatizado, é limitada: “O diagnóstico que fiz [...] de ‘um público que discute a cultura para um público que consome a cultura’ é muito incompleto” (HABERMAS, 2014, p. 60).

O filósofo e sociólogo alemão dava conta de uma de suas principais críticas – a exclusão de importantes atores sociais na proposição original de esfera pública burguesa. Cohen e Arato (1992) estão entre os primeiros críticos ao conceito de esfera pública de Habermas. Os autores defendem a inclusão de *new publics*, que pressionariam por mudanças na comunicação pública. Assim, uma pluralidade de públicos alternativos revivifica de forma intermitente os processos e a qualidade da comunicação pública.

Para Fraser (1990), a ideia de *subaltern counterpublics* é mais viável teoricamente pois leva em conta as relações de poder na constituição de esferas públicas contemporâneas. A autora defende que a ideia de esfera pública não pode prescindir de considerar as relações assimétricas de poder que marcam os processos de constituição das esferas públicas contemporâneas, que formam contrapúblicos subalternos e constituem forças de democratização e ampliação da política nacional (AVRITZER; COSTA, 2004).

Tomando a concepção de Fraser (1990), as esferas públicas subalternas tiveram relevância significativa nos diferentes contextos históricos – ainda que com visibilidade reduzida – seja em projetos de resistência ou em processos de negociação com os governos (sempre com a ressalva de um contexto de relações de poder desiguais).

Para uma análise da concepção discursiva de espaço público no contexto latino-americano, Avritzer e Costa (2004) apontam que não se pode prescindir das críticas e correções ao modelo habermasiano, principalmente no que respeita ao alargamento do conceito, estendendo a esfera pública a atores sociais não compreendidos em uma concepção eminentemente burguesa.

Os autores destacam os conceitos propostos no sentido de ampliar a ideia de esfera pública abrangendo novos atores, subalternos e diaspóricos como os *new publics* (COHEN; ARATO, 1992 apud AVRITZER, 2012); os *subaltern counterpublics* (Fraser, 1990 apud AVRITZER; COSTA, 2004); *diasporic publics* (GILROY, 1993 apud AVRITZER; COSTA, 2004); além de destacar a necessidade de não horizontalizar os processos decisórios e de promover processos de alfabetização política, como nas proposições de *deliberative* ou *participatory publics* (SCHMALZ-BRUNS, 1994; EPPLE-GASS, 1992 apud AVRITZER; COSTA, 2004).

A compreensão mais alargada de esfera pública, sem desconsiderar os pressupostos basilares de Habermas, é útil para a compreensão da constituição da esfera pública moderna, neste século XXI, o que se espera da Comunicação Pública nesse espaço e como as tecnologias incidem sobre essa estrutura, provocando novas constituições frente a um projeto neoliberal vigente.

No Brasil, segundo Perlatto (2015), os primeiros indícios da construção de uma esfera pública se deram com a vinda da família Real ao país, em 1808 – uma esfera ainda pouco permeável aos setores subalternos, que seriam mais evidenciados a partir da Independência do país, no final do século XIX: “(...) esboços de esferas públicas subalternas podem ser encontrados no Brasil desde a Independência do país, ainda que a consolidação das mesmas tenha se processado no contexto da crise do império e da escravidão” (PERLATTO, 2015, p. 136).

Perlatto (2015) assume a ideia de *counter publics* de Fraser (1990) e defende que a construção da sociedade brasileira, altamente excludente, forjou a noção que perdura de que apenas poucos seletos seriam aptos a operar na esfera pública e organizar o debate público, constituindo interlocutores legítimos. A exclusão de ex-escravos e pobres que se dá após a abolição susta a construção de uma esfera pública democrática no país, que dava mostras de construção nas revoltas e movimentos pró-abolição (PERLATTO, 2015, p. 128).

Para o autor, períodos como o da Ditadura Militar, pela qual o país passa a partir de 1964, representaram retrocessos graves para a democratização da esfera pública no país, mas também foram celeiros de participação de públicos subalternos.

Assim sendo, ainda que a construção da esfera pública seletiva tenha sido uma prática estruturante da sociedade brasileira, ela não possuiu um grau de organização tão coeso, abrindo, por conseguinte, brechas no sistema para que os subalternos resistissem e se exprimissem de diversas maneiras contra a predominância das formas sistêmicas de ação no interior dos domínios societários (PERLATTO, 2015, p. 132).

A concepção de esfera pública proposta por Habermas (2014) é seminal para a compreensão da esfera pública contemporânea e para o debate democrático para o qual este trabalho pretende contribuir. Com revisões e ampliações, das quais tratamos algumas das principais, o conceito é um passo fundamental para apreender, ainda que parcialmente, as novas lógicas que se estabelecem no espaço público contemporâneo.

Uma realidade de aceleração imposta pelos novos tempos, com novas espacialidades e novas temporalidades que afetam e forjam modos de agir e comunicar, o século XXI é cena de transformações graves que afetam os modos de sociabilidade humana empreendendo, conforme nosso entendimento, a constituição de um novo espaço público midiaticado, em um contexto de hiperconexão e digitalização.

2.3. A NOVA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO – A EMERGÊNCIA DA ESFERA PÚBLICA MIDIATIZADA

Vivemos em uma sociedade midiaticizada, ou ainda, em processo de midiaticização. Isso pode dizer muitas coisas, mas uma delas é que mais cabe ao interesse deste trabalho é que a comunicação, e mais especificamente, os *media* ocupam um espaço de centralidade nos processos sociais. Alinhada a essa constatação, novas lógicas sociais vão sendo criadas e estabelecidas a partir dessa relação triangular, difusa e interdependente entre sociedade, mídia e tecnologia.

O processo de midiaticização está longe do fim e precisa quando foi o seu início também é uma tarefa controversa. Para Bernard Miège (2018) as décadas de 1970 e 1980 nos Estados Unidos poderiam representar uma situação histórica para a emergência desse processo que, depois, gradualmente, se acentua com a disseminação das tecnologias de informação e comunicação.

Em uma perspectiva mais institucional do processo, o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard entende que a midiaticização se refere às transformações estruturais na relação entre a mídia e outras esferas sociais, uma relação de interdependência, que intersecciona mídia, cultura e sociedade. Hjarvard se dedica a aspectos da institucionalização de novos padrões de comunicação mediada e às lógicas nesse âmbito – entendendo por lógicas regras e recursos específicos que governam um domínio particular (HJARVARD, 2014).

Baseado em Thompson (1995), Hjarvard entende que a midiaticização é um processo característico da modernidade radicalizada, alta modernidade ou modernidade tardia, conceitos discutidos pelo sociólogo Anthony Giddens. Segundo Giddens (1991), a modernidade tardia não rompe com os parâmetros da modernidade, mas os acentua e radicaliza. Algumas características que podemos destacar da alta modernidade são a separação do tempo e do espaço, mecanismos de desencalhe e reflexividade institucional (GIDDENS, 2002; LUVIZOTTO, 2010).

Nesse contexto atual denominado de alta modernidade, ou mesmo em uma visão de ruptura, como a de pós-modernidade de Bauman (1998), a midiaticização se insere como um traço de relação mútua. Hjarvard (2014) explica que os meios de comunicação não só estão sujeitos às principais transformações da sociedade moderna, mas são também

agentes de modernização. Sendo um produto da modernidade, a mídia a favorece. A midiatização é um fenômeno dessa realidade.

O professor José Luiz Braga diz em um artigo sobre instituições e midiatização que, entre diferentes visadas e abrangências, a expressão midiatização pode referir-se, como o faz Hjarvard, ao fato de que as lógicas das instituições midiáticas passam a influenciar todos os setores sociais. Porém, outros ângulos são igualmente possíveis, o que não exclui essa perspectiva.

Assim, segundo Braga (2018a), o fenômeno da midiatização pode referir-se também ao direcionamento de novas tecnologias digitais para ações de ordem comunicacional, e ao fato de que a sociedade passe a desenvolver processos midiáticos próprios, adequados a atividades de seu próprio interesse, incidindo em lógicas das instituições midiáticas e invertendo o processo.

Compreendendo que os dois fenômenos coexistem atualmente na sociedade – tanto os *media* enquanto instituição atravessando todos os campos sociais, quanto a sociedade se apropriando de recursos de mídia e tecnologia para tentar e propor novas lógicas – configuram-se ambos como faces do processo de midiatização. Isso permite-nos, então, enxergar uma esfera pública atual como uma esfera pública midiatizada.

A esfera pública midiatizada sofre incidência das lógicas institucionais da mídia, que pauta e constrói a agenda do debate público, e também das experiências, lógicas tentativas de outros atores sociais como atores individuais, ONGs, sindicatos e associações que compõem a sociedade civil a interferir no debate público por meio de tecnologias digitais, de novas práticas midiáticas não necessariamente centralizados em instituições e de interações midiatizadas, afetando práticas e processos de variada ordem nas sociedades contemporâneas, incluindo a Comunicação Pública.

Na visão de Braga (2018a), a qual compartilhamos, o fenômeno comunicacional, de toda forma, precede os demais. Ele explica que tais atividades de interesse da sociedade criadas por novos atores se configuram como invenções sociais sobretudo relacionadas à necessidade de interação com outras instituições e setores.

Tal *invenção social* de procedimentos interacionais pode partir diretamente de instituições sociais as mais diversas, de ambientes difusos na sociedade e mesmo de atores individuais, através de gestos não inscritos em processos institucionalizados – ou contrapostos a estes. Nessas condições, é inevitável uma atividade experimental para a busca de padrões adequados (BRAGA, 2018a, p. 303, grifo do autor).

Muitas das ações que têm sido desenvolvidas por instituições estabelecidas ou atores sociais isolados, incluindo as denominadas de inovações cívicas, que vamos abordar mais adiante, seguem padrões ou mesmo lógicas tentativas – ainda sem padrões estabelecidos – descritas pelo autor como invenções sociais. Ele constata que as lógicas institucionais de mídia se tensionam a novas práticas que surgem – o já compartilhado socialmente é insuficiente, o que leva a outras elaborações tentativas e a experimentação social se torna abrangente e diversificada (BRAGA, 2018a).

Temos assim novos modelos interacionais midiaticizados referentes ao modo de se relacionar com instituições midiáticas e ao relacionamento entre os próprios atores sociais, que se apropriam de processos midiaticizados para propor, por sua vez, novas práticas e processos que têm interferido, contribuído e prejudicado, em graus diversos, a consolidação de democracias pelo mundo todo.

Tecnologia e sociedade não são mais as mesmas, com incidência mútua para processos transformativos. A sociedade dos meios se transforma em uma sociedade em midiaticização, em que não são exclusivamente instituições midiáticas, mas processos e práticas interacionais difusas e midiaticizadas que regem as práticas interacionais contemporâneas.

Comportamentos, relacionamentos, trabalho, família, sexo e política são midiaticizados, construídos para e pelas mídias, e a mídia, como instituição, também os constrói e reelabora. Se a midiaticização e a digitalização da vida humana se espalham pelos mais diferentes âmbitos sociais, culturais, econômicos e políticos, não é difícil constatar que o espaço público, tanto quanto o privado e sua cada vez mais difícil delimitação, é também midiaticizado e digitalizado.

Uma vez que se admite que há uma digitalização progressiva da vida privada e das interações sociais, parece uma consequência natural admitir que há mediação tecnológica crescente da vida pública, isto é, daquele âmbito da vida em sociedade que tem a ver com os assuntos ou negócios públicos, com o regime de funcionamento da comunidade política e com a sua forma institucional, o Estado (GOMES, 2018, s.p.).

Gomes (2018) coloca enfoque ao processo de digitalização da vida humana e, sobretudo, do espaço público e nas consequências para sistemas democráticos em variadas pesquisas em torno da democracia. Segundo o autor, a concepção de uma nova esfera pública ancorada em tecnologias digitais surge como um subtema das discussões concernentes à democracia digital, dando seguimento às aplicações do conceito habermasiano e em conjugação com a ideia de e-deliberação, tendo ênfase desde 1995 –

bem no início da expansão da rede, enquanto estudos sobre participação e exclusão digital são típicos do século XXI.

Nessa concepção, a nova esfera pública chamada digital ou on-line não estava mais submetida aos limites da comunicação massiva criticados por Habermas, no boom da comunicação de massa no contexto dos anos 1960, principalmente a televisão. A chamada esfera pública on-line descortinava-se a partir da emergência da internet como um espaço para a conversação horizontal entre cidadãos. “A internet parecia, então, projetada com o propósito de implementar o ideal da esfera pública ou, no mínimo, de renovar as esperanças de revitalização da experiência da esfera pública” (GOMES, 2018, s.p.).

Para Pierre Lévy (2010, p. 9), a evolução da comunicação na web confirmou a sua intuição de que o ciberespaço permite uma liberação da expressão pública. O autor fala em uma “mutação inacabada da esfera pública” – a pré-história da cibercultura mundial e de sua esfera pública, cujos valores são a abertura, as relações entre pares e a colaboração.

Segundo Lévy (2010), vivemos em nova esfera pública digital, iniciada por volta dos anos 1990, em meio a emergência de recursos técnicos como o hipertexto e as multimidialidades. A ideia de uma Inteligência Coletiva, proposta por Pierre Lévy (2004) ainda na década de 1990, juntamente com outras potencialidades da web, seriam capazes de desembocar em um sistema de ciberdemocracia planetária (LE MOS e LÉVY, 2010), não sem depender da ação humana, como ressaltam os autores.

As noções de convergência cultural (JENKINS, 2009) e de Sociedade em Rede (CASTELLS, 2016) coadunam com a ideia de esfera pública digital, em um contexto de que todas as mídias estão reunidas na rede e os usuários podem utilizá-las sem a necessidade de intermediação.

O todos-para-todos ou muitos-para-muitos de Lévy (1999) é a grande aposta relacionada à ideia do poder na mão do povo. A noção de sociedade em rede, de Castells (2016), no entanto, implicava uma compreensão de um capitalismo informacional que se estabelecia.

Essa ideia de nova esfera pública está vinculada ainda aos princípios da Computação social e da Internet social, baseada em redes de compartilhamentos, redes sociais e de diálogo, que se desenvolveu de forma acelerada. Nesse cenário de Computação social, caracterizado por compartilhamentos, colaboração e sociabilização via rede, as mudanças que se têm na esfera pública atual que respeitam à democracia são

positivas para Lévy (2010), especialmente no que concernem à capacidade de aquisição de informações; de amplitude de vocalização e de expressão; de associação e de deliberação dos cidadãos.

Em suma, a computação social aumenta as possibilidades de inteligência coletiva e, por sua vez, a potência do “povo”. Outro efeito notável dessa mutação da esfera pública é a pressão que ela exerce sobre as administrações estatais e sobre os governos por mais transparência, abertura e diálogo. Por último, devido ao caráter mundial da nova esfera pública, os movimentos de opinião e de ação cidadã atravessam cada vez mais as fronteiras e entram em fase com o caráter, ele mesmo planetário, dos problemas ecológicos, econômicos e políticos (LÉVY, 2010, p. 14, aspas do autor).

Apesar das ressalvas ao condicionar os resultados às ações humanas, a perspectiva de Lévy é eminentemente otimista, para alguns, exageradamente otimista. A partir dos primeiros anos da virada do milênio, com mobilidade e ubiquidade sendo as palavras-chave para simbolizar as características essenciais de usos da internet, o autor francês e outros no mundo todo prosseguem na aposta pela ciberdemocracia planetária, em um contexto crescente de digitalização e mediação dos processos sociais.

O quadro tecnológico é o de hiperconexão em boa parte do globo. Não há mais desconexão nesses espaços, a tendência é o *on* de forma ininterrupta. Os aparelhos não se desligam, nem as pessoas, e o processo de mediação e digitalização das coisas da vida se acentua.

A mobilidade veio diluir ainda mais as fronteiras entre “mundo real” e “mundo virtual” e entre “esfera pública” e “esfera privada”, como veremos no capítulo 3. Das operações bancárias aos relacionamentos amorosos, do plebiscito às mobilizações de rua, a vida humana é mediada e posicionada em sistemas numéricos cada vez mais complexos, codificada em dígitos. As operações na rede se sedimentam a partir de lógicas mercantis, com extração de dados se tornando o principal modelo de negócios, como veremos no próximo tópico.

As aplicações, assim, são efetivas e invasivas nas mais diversas áreas comportamentais, relacionais, econômicas e políticas. A chamada digitalização do espaço público fica ainda mais evidente. Para Lévy, tem-se uma nova Comunicação Pública no espaço público digital, descentralizada e polarizada:

Em vez de ser enquadrado pelas mídias (jornais, revistas, emissões de rádio ou televisão), a nova comunicação pública é polarizada por pessoas que fornecem, ao mesmo tempo, os conteúdos, a crítica, a

filtragem e se organizam, elas mesmas, em redes de troca e de colaboração (LÉVY, 2010, p. 13).

Mas se acentuam também as perspectivas de que no espaço público midiaticizado contemporâneo coexistem a realidade de práticas para o incremento da democracia e da participação (GOMES, 2018) com a lógicas neoliberais, disseminação de discursos de ódio e novos fenômenos como a memeficação da política (SOLANO, 2018).

Muito do debate público atual se constrói a partir de plataformas privadas, em que mesmo organismos públicos, representantes eleitos, organizações supranacionais, pequenas e grandes empresas comerciais, ONGs, sindicatos e associações, precisam estar presentes. O posicionamento e a abertura de canais de diálogos são obrigatórios para que as instituições se apresentem como acessíveis e próximas ao usuário/cliente/cidadão.

Regulações para maior transparência, acesso à informação e prestação de contas voltadas às organizações de maneira geral são desenvolvidas gradualmente, ao passo que novos oligopólios tecnológicos e midiáticos globais permanecem à par de regulações específicas, com poucas exceções¹², por conta de limitações geográficas que não acompanham os âmbitos transnacionais em que essas empresas operam.

O espaço público midiaticizado atual é, assim, um espaço público permeado por processos interacionais midiaticizados, individuais e coletivos, da publicização da vida pública e privada, da algoritmização dos conteúdos, hierarquizados pela cultura do acesso e pela lógica do capital. É um espaço público da transparência, da cultura colaborativa e dos dados abertos, mas também da negociação de dados, da rentabilização com conteúdos criados por usuários e da vigilância contínua e cada vez mais irrestrita.

À aposta indiscriminada na democracia digital e no ambiente em rede como ágora digital se faz necessária uma reelaboração. A esfera pública midiaticizada fez reverberar até agora mais velhas práticas do que novas e entre esperanças e expectativas que emergiram ante a constituição desse novo espaço público contemporâneo, os paradoxos e dilemas dele decorrentes são o que mais se evidenciam a cada clique, ou melhor, a cada toque.

¹² A Lei Geral de Proteção de Dados aprovada pela União Europeia em 2018 é uma exceção à regra. Disponível em: <https://eugdpr.org/>.

2.4. A REDE DA (DES)DEMOCRACIA? ENTRE APOSTAS E PARADOXOS

A constituição de um espaço público midiático impactou novas lógicas referentes à ordem democrática global. Fortes expectativas de contribuições significativas, transformadoras e incrementais às democracias no mundo todo rondaram desde o início o desenvolvimento do ciberespaço. Por outro lado, também foram comuns desde o início, e têm ganhado força, posicionamentos contrários que enxergam no desenvolvimento da “rede mundial de computadores” um crescimento e um fortalecimento de valores alinhados à ordem neoliberal na qual princípios democráticos perdem espaço ou devem ser desprezados em favor do capital.

Ambas as perspectivas devem ser consideradas neste trabalho para evitarmos resvalar em uma crença deslumbrada no poder da tecnologia, ou, tampouco, em um rechaço aos recursos interacionais e conectivos que as tecnologias em rede propiciam.

Entre os que seguem a primeira linha, mesmo antes do desenvolvimento da internet, como explica Gomes (2018), têm força os estudos dos fenômenos das novas tecnologias para um favorecimento real e significativo ao ideário democrático. Isso não é de surpreender já que o chamado tecnotimismo sempre acompanhou os desenvolvimentos tecnológicos na história (LEMOS; LÉVY, 2010).

Enquanto de outro lado sedimentam-se críticas contrárias, que sustentam que a tecnologia não seria capaz de interferir no tecido democrático, ou ainda, prejudicaria as práticas participativas, alinhada ao capital, a ideia de uma democracia digital ou e-democracia se abria ante um horizonte sem fim a navegar, aberto, plural e global.

Para Gomes, a ideia de democracia digital refere-se à concepção de que:

recursos tecnológicos, projetos baseados em tecnologias da comunicação e até as experiências de uso pessoal e social das tecnologias de comunicação e informação podem ser empregados para produzir mais democracia e melhores democracias (GOMES, 2018, s.p.).

Nas palavras do pesquisador, “a democracia digital é filha da curva do milênio e reflete a vertiginosa velocidade que herdou desse momento” (GOMES, 2018, s.p.). As primeiras formulações da ideia da democracia via tecnologia são dos anos 1970, vinculadas à noção de teledemocracia – na onda das televisões a cabo e da tecnologia via satélite.

Nesse sentido, a votação pública on-line foi uma das primeiras aplicações políticas da tecnologia para fins democráticos. A noção foi sendo desenvolvida ao longo de quase quatro décadas, até hoje. Por volta de 1995, as pesquisas mundiais ainda olhavam, segundo Wilson Gomes (2018), mais para o retrovisor do que para o futuro – ante a expansão incipiente, mas já veloz da internet, e com avanços e retrocessos (SILVA, SAMPAIO; BRAGATTO, 2016).

O cenário começa a se alterar e nos anos seguintes abre-se a Era da democracia digital, com uma produção acadêmica relacionada ao tema em ascensão. Os computadores domésticos são a sensação do novo milênio, assim como os provedores de acesso à rede. Para Gomes (2018), entre 1995 e 2004 configura-se a época de ouro da teoria da democracia digital.

A partir do decênio seguinte, como abordaremos, são desenvolvidos dispositivos móveis, com rápida aplicação nos mais variados campos. Como lembra Gomes (2018), entre 2005 e 2016, à ideia de e-democracia, novos prefixos se assomam, especialmente o *smart* e o *m-*, como em *smart gov*, *smart cities*, *smart democracy*, e *m-government* e *m-democracy*, além dos adjetivos 2.0 e 3.0.

Rebatendo críticas à noção de que a tecnologia não favorece a democracia e tampouco devesse ser utilizada para tal, por atender a interesses diversos, alguns autores pontuam que o vínculo entre democracia e tecnologia é basicamente irrecorrível nos tempos atuais.

É o caso de Gomes, para quem é “incomum e extravagante imaginar que possamos fazer qualquer coisa sem o meio ambiente das nossas tecnologias digitais” e questiona: “Se tudo em nossa vida é crescentemente digital, por que apenas a democracia deveria ser analógica?” (GOMES, 2018, s.p.).

Para nós, faz sentido. As práticas democráticas seguem uma tendência de digitalização global em um espaço público que, como vimos, é crescentemente digital e mediatizado. Isso não corresponde, porém, à compreensão de que a mediatização e as tecnologias digitais repercutam diretamente em democracias mais sólidas.

Mas a correlação direta entre mais tecnologia e mais democracia foi e ainda é um ponto defendido por pesquisadores e, por outro lado, também é comum a afirmação contrária de que mais tecnologia significa menos democracia (FEENBERG, 2015). Entre os dois polos, permanece uma variedade de interpretações do quanto a tecnologia pode incidir na sociedade no que respeita a práticas democráticas, participação e cidadania.

As principais críticas à tecnologia para fins democráticos residem no ponto axial do que move o desenvolvimento das práticas comerciais, assim como as inovações tecnológicas digitais no mundo contemporâneo: a lógica do capital. Gigantes empresariais se apoderaram do espaço digital interferindo, modificando e estabelecendo novas práticas comunicacionais, comportamentais, políticas e econômicas que vêm alterando as relações humanas em âmbito global.

As circunstâncias de natureza extrativa que se estabelecem na rede formam um ponto relevante de estudo para compreendermos os dilemas atuais que se assomam às perspectivas que estudam fenômenos relacionados à democracia, cidadania e comunicação, como no nosso caso. Ignorar ou subestimar, nos estudos relacionados às tecnologias em rede, o aspecto da racionalidade neoliberal vigente é impor lentes opacas para vislumbrar fenômenos facilmente detectáveis a olho nu.

Inseridos no contexto neoliberal vigente, grupos como Google, Apple e Facebook transformaram e promoveram novas lógicas no debate público, que passa a ocorrer também e, por vezes prioritariamente, em ambientes digitais – que precisamos ressaltar: são espaços privados desenvolvidos pelos próprios grupos a partir de interesses comerciais.

Ainda segmentado e restrito a grupos específicos em países periféricos, mas amplamente acessível em nações economicamente desenvolvidas, os ambientes digitais são, de toda forma, dominados atualmente por empresas privadas que visam, acima de tudo, o lucro. Essa lógica do capital está em pleno acordo com a racionalidade neoliberal dominante que, inclusive, vem transformar e ampliar relações capitalistas de maneira global.

Os pesquisadores franceses Pierre Dardot e Christian Laval, da *Université Paris Ouest Nanterre La Défense*, explicam que a razão neoliberal detém uma ideia particular de democracia que se configura em variados aspectos a partir de uma lógica antidemocrática. Para os autores, a lógica neoliberal transformou profundamente o capitalismo e toda a sociedade, estendendo a lógica do capital a todas as esferas da vida humana (DARDOT; LAVAL, 2016). É exatamente o que buscam fazer gigantes empresas de tecnologia, as *Big Tech*.

Situadas no Vale do Silício, gigantes globais da tecnologia digital estabeleceram novas relações na sociedade em âmbito global e de forma extremamente abrangente. Dardot e Laval explicam que a prática é monetizar sob ecossistemas concebidos e

desenvolvidos pelas próprias empresas. “O capital é que está no comando para produzir o comum dos conhecimentos” (DARDOT; LAVAL, 2017, s.p.).

Assim, de ambiente aberto, plural, sem intermediações, o ambiente digital se converte (ou as perspectivas transmudam) em palco de oligopólios midiáticos transnacionais, globais, que provocam e negociam comportamentos e relações sociais. Esse processo é denominado pelo britânico Nick Couldry e pelo mexicano Ulises Mejías como colonialismo de dados (MEJÍAS; COULDRY, 2019).

A formulação refere-se ao que os autores chamam de apropriação colonial da vida humana, que se dá de forma naturalizada, e sua consequente anexação ao capital por meio de diversos mecanismos, incluindo as plataformas digitais. Mejías e Couldry (2019) identificam que as plataformas digitais produzem o social em favor do capital.

Da mesma forma como as terras e seus recursos foram apropriados durante o colonialismo histórico, seguindo uma ideologização de que eram terras de ninguém, no colonialismo de dados percebe-se a mesma racionalidade extrativa, agora por parte de grandes empresas de tecnologia que enxergam nos dados dos usuários um objeto sem dono específico e que poderia ser usado para lhes favorecer.

Assim, a captura e processamento de dados sociais passam a estabelecer um novo tipo de relação social, denominada relação de dados, que garante uma conversão da vida cotidiana em fluxos globais digitais em favor da lógica capitalista:

Hoje em dia, o colonialismo de dados está mudando a sociedade ao transformar a vida humana em uma nova forma social abstrata que também está disponível para a mercantilização dos dados. Os meios para essa transformação são, para reiterar, não as relações trabalhistas, mas, de forma mais ampla, as relações sociais mercantilizadas, ou, mais sucintamente, as relações de dados (MEJÍAS; COULDRY, 2019, p. 89)¹³.

Segundo os autores, esse novo tipo de colonialismo, próprio do século XXI, mas fundamentado no colonialismo histórico dos séculos XVI a XX, tem a diferença básica de que a apropriação de recursos naturais se converte em apropriação de dados, em que os próprios indivíduos são os recursos de extração. Nesse sentido, práticas extrativas

¹³ Tradução nossa. No original: Hoy en día, el colonialismo de datos está cambiando la sociedad al transformar la vida humana en una nueva forma social abstracta que también está disponible para la mercantilización: los datos. Los medios para esta transformación son, para reiterar, no las relaciones laborales, sino, más ampliamente, las relaciones sociales mercantilizadas, o, más sucintamente, las relaciones de datos (MEJÍAS; COULDRY, 2019, p. 89).

depredadoras se convertem em métodos sofisticados de coleta e tratamento de dados a partir de recursos da computação (MEJÍAS; COULDRY, 2019).

Assim como explicitam Dardot e Laval (2016), a respeito da racionalidade neoliberal vigente, Mejías e Couldry (2019) identificam nas práticas colonizadoras contemporâneas racionalidades de interesses empresariais, políticos e econômicos que se manifestam mediante justificativas de representarem avanços em variados campos como no conhecimento científico, no marketing personalizado ou na gestão racional, assim como o colonialismo histórico se justificava aclamando uma missão civilizatória.

A ideia também está inserida no conceito de datificação, que diz respeito à conversão da ação social em dados on-line quantificados. Para Van Dijck (2017), os metadados seriam a moeda corrente, em que a privacidade é mercantilizada em troca de plataformas de serviços gratuitos. O que ocorre é que os cidadãos pagam por seus serviços de comunicação e segurança com os seus dados, que são trabalhados a partir de monitoramento em tempo real.

Para a autora, a transformação digital da sociabilidade produziu uma indústria na qual seus progressos se baseiam no valor dos metadados que, “gradualmente têm se tornado recursos valiosos que podem ser, ostensivamente, explorados, enriquecidos e reelaborados em produtos preciosos” (VAN DIJCK, 2017, p. 42). Trata-se de uma espécie de ativo invisível, dados processados sem que as pessoas tenham consciência e que são utilizados, muitas vezes, para análises preditivas.

Baseadas na vigilância, grandes empresas de tecnologia globais alinhadas à racionalidade neoliberal apresentam a hiperconexão como o grande avanço do século XXI, ao mesmo tempo que transformam e desencadeiam uma nova ordem social, fundamentada na capitalização de conversas, comportamentos e mesmo previsões baseadas em algoritmos, tendo as mínimas experiências da vida humana adquirido status de valor. Um modelo de negócios que precisa saber tudo sobre todos para se sustentar.

A ideia de vigilância, ou *Surveillance*, foi desenvolvida de forma profunda pela pesquisadora estadunidense da *Harvard Business School*, Shoshana Zuboff, e por outros pesquisadores como o jornalista e pesquisador espanhol Ignacio Ramonet, em *El Imperio de la Vigilancia*. No Brasil, Bruno *et al.* (2018) abordam o conceito em *Tecnopolíticas da Vigilância*.

Na obra *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, ainda sem tradução para o português, Zuboff (2019) busca dissecar o fenômeno que ela chama de Capitalismo da Vigilância – uma nova lógica de

acumulação totalmente institucionalizada baseada no prognóstico, dedução e extração de dados pessoais.

Em artigo sobre o tema, a autora argumenta que o grupo Google foi precursor no novo modelo que viria a alterar as formas de operação no capitalismo informacional com um projeto de vigilância adotado em seguida por diversos outros grupos com operações transnacionais.

O capitalismo de vigilância é, segundo Zuboff (2015), uma economia de novo tipo que nos reinventa pelo prisma de seu próprio poder e de seus meios de mudança comportamental. “Novas oportunidades de monetização estão associadas a uma nova arquitetura global de captura e análise de dados que produz recompensas e punições com o fim de modificar e commoditizar o comportamento para o lucro” (ZUBOFF, 2015, p. 85, tradução nossa)¹⁴.

Para a autora, tais posturas minam a relação histórica entre mercados e democracias, pois estrutura a empresa como formalmente indiferente e radicalmente distante das populações. Essa é apenas uma das manifestações antidemocráticas do capitalismo de vigilância: “Esse desmonte radical do social é outro aspecto do caráter vigilante do capitalismo antidemocrático. Sob a vigilância do capitalismo, a democracia não funciona mais como um meio para a prosperidade; a democracia ameaça as receitas da vigilância” (ZUBOFF, 2015, p. 86, tradução nossa).¹⁵

Ramonet (2016) também compreende o momento atual como estando sob o império da vigilância, sobretudo, estadunidense. Para o autor, vivemos em novos estados orwellianos, em alusão ao Big Brother do clássico 1984, de George Orwell (2009). O autor vê que a vigilância está em toda parte, numa conjugação entre governos e empresas privadas:

De certa forma, a vigilância foi "privatizada" e "democratizada". Já não é um assunto reservado unicamente para serviços de informações governamentais. Embora, graças também às estreitas cumplicidades que os Estados têm estabelecido com as grandes empresas privadas que dominam as indústrias de informática e telecomunicações, sua

¹⁴ Tradução nossa. No original: “New monetization opportunities are thus associated with a new global architecture of data capture and analysis that produces rewards and punishments aimed at modifying and commoditizing behavior for profit” (ZUBOFF, 2015, p. 85)

¹⁵ Tradução nossa. No original: “This radical disembedding from the social is another aspect of surveillance capitalism’s antidemocratic character. Under surveillance capitalism, democracy no longer functions as a means to prosperity; democracy threatens surveillance revenues” (ZUBOFF, 2015, p. 86).

capacidade em espionagem em massa cresceu exponencialmente (RAMONET, 2016, p. 15, tradução nossa)¹⁶

Segundo Ramonet (2016), houve uma transformação do ciberespaço nesses primeiros 25 anos de existência. De espaço aberto a uma explosão de possibilidades de expressões individuais que permitiam fugir de grandes monopólios de telecomunicações e midiáticos, a Internet se converte em um espaço centralizado em torno de colossais empresas privadas norte-americanas que constituem o GAFAM, oligopólio de empresas integrado pelos grupos Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft.

Uma vigilância que Ramonet (2016) pondera estar se naturalizando, sem ser temida pelos cidadãos. Por entenderem que nada têm a esconder, populações inteiras se deixam vigiar sem protestos, com vistas em promessas de aumento da segurança condicionada a dados dos indivíduos.

A inconformidade entre as lógicas neoliberais seguidas pelas *Big Tech* do século XXI e o ideário democrático pode ser verificada também na conceituação de Gilles Deleuze sobre Sociedade de Controle, ainda nos anos 1990. Apoiado em Foucault, Deleuze (1992) argumenta que à sociedade disciplinar, característica até o final do século XX, sucede-se uma sociedade de controle, especialmente a partir do fim do século passado.

A transição atual ou, ainda, a amálgama entre os dois tipos de sociedade perpassa pelo deslocamento de uma ideia de poder mediante disciplina e proximidade física para um poder exercido de forma distante e mais sutil que tem na tecnologia do computador sua mostra mais aparente. Cassino (2018), ao se debruçar sobre a diferenciação dos conceitos de manipulação e modulação, proposto por Deleuze, sintetiza:

A sociedade disciplinar precisa da ação da autoridade sobre os corpos, até mesmo da punição física, para a introjeção comportamental. Já a sociedade de controle é mais sutil, ocorre à distância, penetrando os cérebros e forjando as mentes com seus mecanismos de influência. (CASSINO, 2018, p. 15).

Nas sociedades de controle, conforme indicado por Deleuze (1992), dá-se um processo de modulação, que se refere a operações de indução, condução, gerenciamento de interesses que se processam à distância com objetivos de poder político, ideológico e econômico. Com o avanço das tecnologias digitais, a noção de modulação teria alcançado

¹⁶ Tradução nossa. No original: “En cierto modo, la vigilancia se ha ‘privatizado’ y ‘democratizado’. Ya no es un asunto reservado únicamente a los servicios gubernamentales de información. Aunque, gracias también a las estrechas complicidades que los Estados han entablado con las grandes empresas privadas que dominan las industrias de la informática y de las telecomunicaciones, su capacidad en materia de espionaje de masas ha crecido de forma exponencial” (RAMONET, 2016, p. 15).

sua fase mais potente até o momento, que corresponde ao momento atual da modulação algorítmica.

Para o sociólogo Sérgio Amadeu da Silveira, a modulação configura-se como “expediente fundamental da comunicação no capitalismo, em sua fase neoliberal” (SILVEIRA, 2018, p. 31). Seguindo o mesmo alinhamento de Mejías e Couldry (2019), de Zuboff (2019) e da argumentação de Dardot e Laval (2016) sobre a racionalidade neoliberal, Silveira (2018) explica que a noção de modulação algorítmica difere da ideia de manipulação ao passo que não há discurso definido ou uma narratividade própria manipuladora.

Trata-se de um novo fenômeno em que as plataformas digitais não produzem conteúdos, mas são os próprios usuários os encarregados disso. O que se dá é um processo de controle da visualização por meio de sistemas algorítmicos que distribuem os conteúdos de forma hipersegmentada a partir dos dados colhidos.

A partir de uma pesquisa de patentes de grandes empresas de tecnologia relacionadas a produtos e serviços, o autor identifica objetivos como manter o usuário sensível, identificar influenciadores, prever o estado futuro de um usuário de dispositivo móvel ou fornecer anúncios baseados no humor e na personalidade do usuário.

São mostras de como os objetivos das grandes corporações transnacionais de plataformas digitais podem ser bem diversos da ideia de estabelecer relacionamento e conexão com amigos, entretenimento, ou para favorecimento de práticas de participação, diálogo e aproximação de cidadãos com esferas de poder. Trata-se, isto sim, de modelos de negócios em plena consonância com a racionalidade neoliberal do capitalismo informacional.

Segundo Silveira (2018), a modulação nas plataformas digitais tem servido, principalmente, à expansão do neoliberalismo, anulando e dissipando formas contrárias de ações coletivas que criem lógicas inversas. Uma guerra concorrencial cuja munição são os dados pessoais.

As gigantes californianas ou o GAFAM, como denomina Ramonet (2016), fazem jus ao serem o foco das atenções e críticas dos principais pesquisadores das tecnologias digitais, já que são as organizações norte-americanas que dominam boa parte dos rankings das principais marcas (FORBES, 2019) e das maiores empresas do mundo, também no segmento digital.

O capitalismo informacional fica evidenciado no valor de mercado dessas corporações que vivem da aliança entre tecnologia, conteúdo digital e do uso de dados

dos usuários. Uma relação ocidentalizada, mas que, a cada dia, ganha contornos globalizantes, com o ingresso de gigantes chinesas da área da tecnologia digital, especialmente no mercado de motor de buscas e de redes sociais digitais.

Com uma política restritiva de usos da Internet, a China tem sido um ambiente propício para o crescimento de oligopólios de tecnologia dignos dos gigantes ocidentais. Isso pode ser visto tanto em segmentos como varejo baseado no comércio eletrônico, como é o caso da Alibaba, ou em gigantes do ramo como a Tencent e a Baidu, chinesas que compõem a lista das 20 companhias mais valiosas do mundo da Forbes em 2019, com ampla e diversificada gama de serviços. Lima (2018) e Zmoginski (2018) foram alguns dos jornalistas brasileiros que publicaram matérias sobre os dois oligopólios chineses, atentos ao avanço das corporações.

Tais companhias junto de organizações sul-coreanas, alemãs e irlandesas, perfazem uma minoria avantajada e potente de corporações de tecnologia, ante a supremacia das norte-americanas (FORBES, 2019), mas que seguem a mesma racionalidade neoliberal vigorante no sistema capitalista vigente – especialmente as lógicas da concorrência e do consumo.

Assim, a realidade do uso de dados pessoais para gerar valor de capital, a invasão de privacidade decorrente desse modelo de negócios baseado na vigilância, a monetização das mínimas ações da vida humana tem dado mais corpo e vigor às já densas críticas a respeito das tecnologias digitais no campo do incremento a práticas democráticas.

A ideia de uma internet pró-democracia parece sem forças ante práticas naturalizadas de extração e negociação de dados pessoais para fins econômicos e políticos, como os investigados casos de processos eleitorais nos Estados Unidos e no Brasil, para citar só dois (MOUNK, 2019).

Os processos de desinformação e disseminação de notícias falsas, ou *fake news* (WARDLE; DERA KHSHAN, 2017; DARNTON, 2017) que culminaram em casos como a eleição de Trump foi denominado pelo chefe de tecnologia do Centro de Responsabilidade para Mídias Sociais da Universidade de Michigan e cofundador do *Thoughtful Technology Project*, Aviv Ovadya, como o início de um Infocalipse.

Em entrevista a Ribeiro (2018), Aviv explica que a desinformação poderia gerar uma crise existencial, engendrando um cenário onde não se distinga o que é verdadeiro do que é falso. Seria um Apocalipse da Informação, ou Infocalipse, com sérios danos aos sistemas democráticos. Na ocasião, Aviv entende que governos e financiadores estão

levando mais à sério a situação da desinformação, mas seria uma lenta resposta ao que já se sucedeu, numa espécie de brincadeira de pega-pega (RIBEIRO, 2018).

Na página do Centro de Responsabilidade, que Aviv é chefe, é declarado que o amplo acesso à Comunicação Pública propiciado pela internet trouxe consequências “não intencionais” como assédio, vácuo de credibilidade e competição por atenção, entre outros:

O amplo acesso à comunicação pública tem tido consequências não intencionais: assédio; um vácuo de credibilidade; uma corrida intensa da competição por atenção; um triunfo da mobilização dentro das câmaras de eco sobre a persuasão através de falhas políticas (SOCIAL MEDIA RESPONSABILITY, c2019, tradução nossa).¹⁷

Transformadas em negócio, mesmo processos de desinformação têm se demonstrado como processos intencionais, gerando um comércio global plenamente alinhado aos usos econômicos das práticas neoliberais. Somado a esses usos, a disseminação de discursos de ódio, muitos deles legitimados por instâncias de poder; ambientes de forte polarização ideológica e política e, por outro lado, bolhas de discussões que passam a ideia de um mundo de afins completam o cenário de morte da democracia, aplicada pela Internet.

Entre uma diversidade de pesquisadores que denunciam as práticas conflituosas da lógica neoliberal do capitalismo informacional e práticas democráticas, James Bartlett é enfático ao dizer que a Internet ao contrário de contribuir com princípios democráticos, está, isto sim, matando a democracia.

Em *The People Vs Tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)*, Bartlett (2019) dá foco a estragos do desenvolvimento tecnológico digital para sistemas democráticos, argumentando o quanto a junção entre democracia e tecnologia pode e tem sido altamente conflituosa para as sociedades contemporâneas.

Ao falar em tecnologia, Bartlett (2019) refere-se especificamente a tecnologias digitais associadas ao Vale do Silício, com destaque a plataformas de mídias sociais, Big Data, tecnologias móveis e inteligência artificial, desenvolvidas por empresas como Google, Apple e Facebook. Como o autor ressalta, fatores como o aumento na

¹⁷ Tradução nossa. No original: Broad access to public communication has had unintended consequences: harassment; a credibility vacuum; a race to the bottom in the competition for attention; a triumph of mobilization within echo chambers over persuasion across political fault lines (SOCIAL MEDIA RESPONSABILITY, c2019).

produtividade, maior oferta de informação e expansão das capacidades humanas propiciados por tais tecnologias não correspondem ao favorecimento à democracia.

Aproximando-se de proposições de Zuboff (2015), Couldry e Mejías (2019), e Dardot e Laval (2016; 2017), Bartlett (2019) argumenta que as tecnologias entram em conflito com sistemas democráticos porque não foram desenhadas para eles.

Para o autor, as democracias foram construídas baseadas em um tempo de estados-nação, hierarquizadas e com economias industrializadas enquanto o modelo tecnológico digital é não geográfico, descentralizado, dirigido por dados, sujeito a efeitos de rede e com crescimento exponencial (BARTLETT, 2019).

Democracia e Tecnologias digitais seriam pouco ou nada compatíveis nessa perspectiva. A Comunicação Pública, ao contrário de sair fortalecida em sua pluralidade, sai comprometida por novos oligopólios midiáticos. Ao contrário da desintermediação da grande mídia, tem-se a mediação obscura, que se quer invisível, dos algoritmos. O cenário parece desolador e com tendência de piora, com técnicas preditivas cada vez mais avançadas, oligopólios cada vez mais fortalecidos perante regulações frágeis e insuficientes ao se falar em âmbito global. Será que estamos sem caminhos?

2.5. PROTOLOGICAS DE PRÁTICAS DEMOCRATIZANTES NA NOVA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO

Ante os debates polarizados em torno dos benefícios de uma internet altamente democratizante e de prejuízos catastróficos engendrados pela rede, incluindo os que afetam a democracia, alguns pesquisadores se apresentam em uma rota alternativa. As pesquisas inseridas nesse âmbito se dedicam a investigar as experiências, as tentativas que se executam tanto da parte de instituições quanto de atores individuais, sob uma visada crítica, sem refutar o uso das tecnologias para possíveis avanços sociais.

Em diversas frentes de estudos podemos identificar essa compreensão em torno das tecnologias digitais. São estudos sobre as experimentações em curso na sociedade. Na ótica da Midiatização, tais experimentações podem ser encaradas como protológicas, isto é, lógicas ainda não instituídas de processos interacionais, que se manifestam de forma tentativa, podendo partir de diferentes atores e que desafiam o “já compartilhado”, abrindo campo para interações muito diferenciadas, como o que tem ocorrido na sociedade a partir de experimentações nas redes sociais digitais (BRAGA, 2018b).

Em outra visada que se põe como uma alternativa crítica às opções teórico-metodológicas que vislumbrem quase exclusivamente impactos positivos ou negativos da tecnologia para práticas democráticas, o pesquisador norte-americano Andrew Feenberg propõe sua “Teoria crítica da Tecnologia”. A teoria baseia-se numa combinação de ideias inspiradas nos estudos construtivistas da tecnologia, fenomenologia e na teoria crítica da escola de Frankfurt.

A teoria crítica é desenvolvida pelo autor em um sentido de reinterpretação do marxismo para uma filosofia da tecnologia. *Critical theory of technology* (FEENBERG, 2005) foi publicado pela primeira vez em 1991, quando a internet apenas engatinhava. Segundo os pressupostos da teoria, não se devem negar as consequências catastróficas do desenvolvimento tecnológico, mas compreender que ainda é possível maior liberdade a partir da tecnologia.

Em alinhamento com Feenberg (2015) e outros autores como Peter Dahlgren (2005) e Lincoln Dahlberg (2004) pesquisadores têm discutido e investigado potencialidades pró-democracia propiciadas pela Web, sem, todavia, deixar de lado a visão crítica de que os espaços digitais seguem antes de tudo a ordem vigorante do capital, na sua manifestação neoliberal contemporânea.

O pesquisador João Pissarra Esteves, de Portugal (2007), é um desses. O autor reconhece a ambivalência da rede, mas diz que não arrisca vaticínios deterministas quanto ao futuro, e se posiciona como um ponto de vista “moderadamente otimista”. O português refuta uma ideia de democracia digital e e-cidadania, nas suas versões mais incautas:

Sem cair na tentação das visões miríficas de um futuro de «ágoras virtuais», «democracia digital» e «e-cidadania»; bem pelo contrário, com a perfeita consciência dos problemas que a Internet também é susceptível de gerar a nível político, como aliás o seu desenvolvimento mais recente tem muito claramente posto em evidência – dentre esses problemas, não certamente menor é o avassalador assalto comercial de que a Rede tem sido alvo, transformando-se cada vez mais num imenso espaço comercial, francamente em detrimento da sua dimensão político-cívica (ESTEVES, 2007, p. 40, grifos do autor).

Neste artigo de 2007, Esteves já apontava que o reforço da democracia a partir da Internet era uma possibilidade em aberto, a depender do desafio das condições de apropriação deste meio. E é considerando essas apropriações e mesmo a cooptação pelo capital da lógica de pluralização de vozes da Web que Mariella Mian (2018) investiga possíveis resistências às relações de poder estabelecidas na sociedade como legítimos contrapontos exercidos via Internet.

Considerando a ideia de Sociedade de Controle, segundo pressupostos de Giles Deleuze, e tomando por noção de resistência um sentido de práticas de antagonismo ao sistema vigente, Mian (2018) investiga casos de resistência social apoiando-se também nas formulações de James Scott (2002) que diferencia práticas de atores formalizados das práticas cotidianas de resistência, dando enfoque às primeiras.

Sobre ações institucionalizadas que formalizam antagonismo à conjuntura vigente, a autora cita o caso da comunidade *Anonymous*, que protagoniza posições de ativismo mediante uso de códigos digitais. Mian (2018) considera ainda os movimentos pela regulação da internet no Comitê Gestor da Internet no Brasil como uma legítima ação de resistência formal na sociedade de controle. Neste caso tem-se governo, sociedade civil e entes privados conjugados para proposição de políticas em torno da internet, defendendo interesses diversos, o que, sem dúvida, é um desafio ainda maior.

Mesmo autores que propõem críticas incisivas aos atuais modelos e configurações da Internet não negam possíveis caminhos, ao menos parte deles. É o que ocorre com Bartlett (2019) que ao propor que a Internet está matando a democracia, emenda um: E como podemos salvá-la. O autor discute em um epílogo 20 ideias para salvar a democracia (BARTLETT, 2019).

Conforme assegura Bartlett (2019), a democracia não se salvará, e serão necessárias medidas drásticas que conjugam forças de cidadãos e lideranças. Boa parte delas referem-se a comportamentos dos próprios usuários que, nessa perspectiva, devem se posicionar como cidadãos com autonomia moral para fazerem suas próprias decisões, programando tempos para desconexão e desmantelarem câmeras de eco.

Dos vaticínios mais catastróficos às proposições mais otimistas, Bartlett (2019) não deixa de lado indicações da parte das próprias empresas, pois considera que deve ser desenvolvida uma nova ética digital, que desloque a economia da atenção para uma economia do valor humano, e que seja encorajada por gigantes tecnológicas. Ações para policiamento dos algoritmos, a partir de mecanismos democráticos, impostos sob robôs e a quebra do atual modelo de anúncios estão também entre as medidas sugeridas por Bartlett (2019).

Mesmo investigadores que pesquisam a noção de colonialismo de dados tampouco desprezam caminhos possíveis para subverter as lógicas vigentes. Apesar de dissecar a realidade da monetização dos dados por meio de uma visão crítica, Mejías e Couldry (2019), entendem que seja possível uma resistência ao modelo e reconhecer o colonialismo de dados seria o primeiro passo.

Opor-se à racionalidade da “naturalização” das relações de dados é o passo subsequente a esse reconhecimento:

O que o pensamento decolonial em particular pode nos ajudar a compreender é que o colonialismo, seja na sua forma histórica ou nova, só pode ser efetivamente combatido se for atacado em seu núcleo: a racionalidade subjacente que permite que a apropriação contínua pareça natural, necessária e de alguma maneira uma melhoria de, e não uma violência contra, o desenvolvimento humano. Rechaçar o colonialismo dos dados não significa rejeitar a coleta e o uso de dados em todas as suas formas. Mas significa rejeitar a forma de apropriação de recursos e a ordem social que representam a maioria das práticas de coleta de dados contemporâneas. Um primeiro passo útil é nomear práticas como o processo colonial que sem dúvida é (MEJÍAS; COULDRY, 2019, p. 94, tradução nossa).¹⁸

Também autores que elucidam as práticas e a ideologia neoliberal vigentes não se privam de propor alternativas consistentes, e em trabalho posterior à Nova Razão do Mundo, Dardot e Laval (2017) preocupam-se em desenvolver a noção de uma racionalidade inversa ao programa do neoliberalismo, ao apresentar a racionalidade do comum.

Rechaçando ideias que encaram a tecnologia digital como advento inexorável e benéfico e destacando as operações mercantis sob os indivíduos, expropriação de dados e de produção, os autores entendem que há que se falar em uma “batalha” no que se refere ao campo das novas tecnologias para abordar a questão do comum do conhecimento, o que requer a subversão da lógica dominante:

[...] lutar pela liberdade na internet é defender a liberdade pessoal contra a dupla ameaça da dominação das empresas e da vigilância dos governos. Mas também é defender um espaço do comum que não é regido pela lógica do mercado nem pela censura política do Estado (DARDOT; LAVAL, 2017, s.p.).

É no sentido de identificar e investigar experiências que partem da sociedade civil, de atores governamentais, ou mesmo do mercado, na iniciativa privada, inseridas na arquitetura da rede e que intentam favorecer a cidadania que nos posicionamos. Iniciativas e experiências de origens multifacetadas e difusas podem contribuir com a

¹⁸ Tradução nossa. No original: Lo que el pensamiento decolonial en particular puede ayudarnos a comprender es que el colonialismo, ya sea en su forma histórica o nueva, solo puede ser opuesto de manera efectiva si es atacado en su núcleo: la racionalidad subyacente que permite que la apropiación continua parezca natural, necesaria y de alguna manera una mejora de, y no una violencia contra, el desarrollo humano. Rechazar el colonialismo de datos no significa rechazar la recopilación y uso de datos en todas sus formas. Pero sí significa rechazar la forma de apropiación de recursos y el orden social que representan la mayoría de las prácticas de recopilación de datos contemporáneas. Un primer paso útil es nombrar tal práctica como el proceso colonial que sin duda es (MEJÍAS; COULDRY, 2019, p. 94).

Comunicação Pública, insistindo na promoção de valores relativos à cidadania neste ambiente vigiado?

Sem desconsiderar a perniciosa extração de dados que grandes oligopólios globais operam mediante códigos algorítmicos direcionados para vigilância contínua, naturalizando relações assimétricas de poder sob a forma de conexões inofensivas de uma sociedade em rede, insistimos que há caminhos possíveis, apoiados em tecnologias digitais para contribuir com sistemas e práticas democráticas, ainda que haja tensionamentos – o que é natural e esperado.

Aliando processos inovativos e recursos tecnológicos, acompanhando as noções de mobilidade e ubiquidade propiciadas por dispositivos móveis, disseminam-se movimentos que usam tecnologia para propor usos, práticas e objetivos relacionados à democracia e à cidadania, entre eles mais participação e mais controle social. Com o fim de discutir aspectos técnicos e práticas sociais relacionadas à conjugação de tecnologias em rede com promoção da cidadania, passamos a debater inovação e tecnologia nesse contexto.

3. TECNOLOGIAS DIGITAIS: ATORES, TÉCNICAS E POLÍTICAS EM UMA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL

As tecnologias digitais, compondo parte fundamental da interação humana na contemporaneidade, consolidam-se enquanto práticas sociais, para além do aspecto exclusivamente técnico que as configura. Incidiram diretamente nas rotinas e processos produtivos da grande mídia, forçando o desenvolvimento de novos modelos de negócios para os *mass media*, inatacáveis até o último quarto do século passado. Não apenas isso, as tecnologias digitais alargaram o espectro de produtores e disseminadores de conteúdos, afetaram comportamentos e transformaram práticas comunicacionais e culturais.

A vinculação Tecnologia e Inovação configura-se como parte essencial da ordem vigente, embora ambas sejam expressões históricas com interpretações diversas ao longo do tempo. A comunicação, como discutimos no Capítulo 2, assume centralidade nos processos interacionais, formando assim uma tríade fundamental na sociedade contemporânea no que diz respeito às relações humanas.

Discutimos, a seguir, aspectos técnicos e conceituais da tecnologia digital em rede ante uma perspectiva comunicacional, buscando apreender aquilo que mais se destaca perante práticas comunicacionais contemporâneas centradas no favorecimento de valores democráticos e na cidadania.

3.1. INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO – TRÍADE CENTRAL DOS PROCESSOS INTERACIONAIS MODERNOS

Falar sobre o impacto das tecnologias nas sociedades nunca foi uma tarefa das mais fáceis. Entre apocalípticos e integrados (ECO, 1993), um grande volume de pesquisadores e estudiosos se debruça sobre fenômenos sociais que sofrem diferentes incidências de inovações tecnológicas, sob perspectivas instrumentais e críticas, afeitos ou não de um tecnotimismo comum em períodos de grandes transformações. Trata-se da abordagem do tempo presente, uma tarefa espinhosa que diferentes pesquisadores explicitaram as dificuldades de fazê-la (HOBSBAWM, 1994; BARBOSA, 2013).

Segundo Castells (2016), as tecnologias da informação são um evento histórico da mesma importância da Revolução Industrial do século XVIII, induzindo um padrão de descontinuidade nas bases materiais da economia, sociedade e cultura. Uma revolução

tecnológica que se processa na velocidade da luz entre 1970 e 1990, cuja principal característica é a lógica da aplicação imediata no próprio desenvolvimento da tecnologia gerada.

No que respeita às práticas comunicacionais, elas se alteraram profundamente nessas duas primeiras décadas do século XXI, provocando também descontinuidades de lógicas que, por sua vez, romperam rotinas e lógicas antecedentes. Os meios de comunicação de massa, que se desenvolveram no século XX como o rádio, o cinema e a televisão, deslocaram de forma inimaginável a voz e a imagem de emissores, criando também novas espacialidades, ritmos e temporalidades, que incidiram sobre as práticas culturais que caracterizaram o século passado.

A ideia de inovação, que hoje poderia ser resumida como a criação de novas realidades (PLOSNI, 2017), teve seu significado alterado e conformado de acordo com condições históricas, culturais, geográficas e religiosas. Muito vinculada ao campo da técnica e da geração de valor, a partir de meados do século XX a inovação passa a ser entendida como processo que provoca alguma alteração ao que se tinha anteriormente. A inovação já foi encarada sob concepções negativas e positivas, relacionada a avanços ou retrocessos nos meios em que estão inseridas (VERAS, 2016). A ideia de inovação remonta aos séculos III e IV, tanto em alusão à renovação de algo tradicional quanto à introdução de algo totalmente novo (PLONSKI, 2017).

No que se refere ao campo da Comunicação, a inovação geralmente está relacionada a ações presentes em processos comunicacionais que geram produtos novos, introduzem mudanças teóricas ou na linguagem. Nesse sentido, novos formatos, novas narrativas e processos de recepção, hábitos e criação de audiências, bem como novos modelos de negócios comunicacionais costumam ser considerados atos inovadores (PALÁCIOS *et al.*, 2015).

As tecnologias, geralmente conjugadas a processos inovativos, constituíram a história humana incidindo diretamente sobre as estruturas sociais, formas organizativas, práticas comunicacionais, culturais, educativas e econômicas. Na aproximação do novo milênio, a tecnologia digital revolucionou, e de maneira inédita, as configurações sociais. Aos recursos técnicos, somaram-se usos e apropriações da tecnologia desencadeados por diferentes atores com interesses igualmente diversos e que vêm repercutindo profundamente nas sociedades modernas.

A Internet é a chave para entender as principais mudanças ocorridas no mundo desde o final do século XX na perspectiva comunicacional. Em menos de 25 anos, o

mundo já não sabe viver sem ela. É certo que com o rádio, a televisão e o cinema graves transformações sociais foram processadas, em ritmo muito mais veloz do que com tecnologias e inovações antecessoras.

Com um desenvolvimento originalmente focado em fins militares, a rede se desenvolve a tal ponto que pressões comerciais e grupos cooperativos inviabilizam alguma propriedade sobre a rede mundial de computadores – o que não impediria, no entanto, a formação de grandes oligopólios. Se a televisão interferiu no ritmo das sociedades do século XX, que passaram a se acomodar às temporalidades televisivas, a Internet desloca a ideia de tempo e fornece possibilidades customizadas, personalizadas, oferecendo conteúdos e interações a qualquer e todo instante. Nestas duas décadas do novo milênio, a televisão não foi desbancada pela internet, mas divide, em diversas telas, a atenção do espectador.

As relações humanas se intensificam em volume, mas se alteram com distanciamentos físicos e aproximações virtuais. As conexões são progressivamente ininterruptas, inseridas no trabalho, na escola, na família, imiscuindo as fronteiras entre esfera pública e privada. Profundas transformações que se sucedem perante uma aceleração das coisas jamais vista. A segunda metade do século passado e as duas primeiras décadas do século XXI guardam a trajetória da forma de comunicação que se expandiu mais rápido na história – a comunicação em rede (CASTELLS, 2016).

3.1.1. Características da comunicação em rede

Entre as principais características que marcaram o uso da internet a partir de sua expansão (SENA, 2011) estão a **Interatividade** (LÉVY, 1998, 1999; BARBOSA; GRANADO, 2004; CANAVILHAS, 2014; ROST, 2014), a **Hipertextualidade** (LEÃO, 1999; BARBOSA, 2004; CANAVILHAS, 2014), a **Multimídia** (CASTELLS, 1999; SALAVERRÍA, 2014; ITO, 2018) e **Memória** (LÉVY, 1999; PALÁCIOS, 2014).

Além dessas, duas outras características são definidoras da produção discursiva na Internet: a Personalização e a Instantaneidade, ou atualização contínua (PALÁCIOS; CUNHA, 2012), porém não foram objeto da análise apresentada nesta tese. A Personalização, que diz respeito a conteúdos personalizados conforme interesses e comportamentos dos usuários foi aqui incorporada à ideia de Plasticidade, que detalharemos mais a diante.

A Instantaneidade não foi utilizada nesta pesquisa, pois não constitui um traço das comunicações objeto deste estudo. Enquanto a instantaneidade é um valor essencial ao ciberjornalismo, por exemplo, em outros produtos o atributo não é fundamental, a depender do objetivo que carrega.

Em diferentes etapas, essas principais características continuam marcando o formato de comunicação em rede, com algumas mudanças de perspectiva, ampliações e revisões, como ocorreu com a ideia de desintermediação. Enquanto no início da expansão da rede, considerava-se que os processos comunicacionais prescindiriam de intermediários, em posição de libertação dos emissores dos polos centralizadores (LÉVY, 1998), as perspectivas contemporâneas encaram a mediação algorítmica como importante ator no dimensionamento e forma de disseminação dos conteúdos digitais, como discutimos no Capítulo 2.

Já a ideia de Interatividade se consolidou gradualmente. A partir da compreensão de interação como “ação entre” (PRIMO, 2003), quando mediada por um artefato técnico é denominada Interatividade. Lévy (1998) afirma que a comunicação interativa e coletiva é a principal atração do ciberespaço. A Interatividade pode ser entendida como uma série de processos que podem envolver máquina, conteúdos e pessoas, por meio da conexão em rede (MESO *et. al.*, 2011).

A ideia de interação entre atores diversos, incluindo inteligência artificial, se fortalece com os dispositivos móveis, que são ainda mais pessoais. Como conteúdos passam a ser consumidos em diversas telas de forma simultânea, a publicidade investe progressivamente nas possibilidades de Interatividade como estratégia de marketing, aproximando mercados de clientes (COUTINHO, 2014), ao passo que também é utilizada para fins de cidadania e participação (LIMA, 2017).

Já a Hipertextualidade se formata na Internet como uma realidade que procura imitar a mente humana nas conexões que possibilita (SENA, 2011). Muito além das notas de rodapé e dos dicionários, que já possibilitavam uma leitura não linear, o hipertexto abria infinitas possibilidades ao leitor na Web nascente (MARCUSCHI, 2001; LÉVY, 1999). Enunciada pela primeira vez por Vanevar Bush, em 1945, foi na década de 1960 que o termo hipertexto foi utilizado pela primeira vez, com Theodor Nelson, enquanto possibilidade de leitura e escrita não lineares em um sistema de informática.

Configurando uma comunicação sem fronteiras, o recurso de Hipertextualidade é largamente utilizado atualmente conjugado à Multimídia, assumindo a forma de Hipermídia e pressupõe uma ação interativa por parte do usuário, logo ao clicar ou tocar

no link. Muito mais ligada à desterritorialização textual no início, a característica permite que os usuários definam conteúdos diversos atualmente, construídos de forma não linear. Percursos de acesso podem ser formados a partir de enlaces que direcionam para textos, imagens, áudios, vídeos, infográficos, animações, e outras variações.

A conjugação de conteúdos em diferentes formatos é chamada de Multimedialidade (CASTELLS, 1999, 2011) que, atrelada à Convergência das Mídias (JENKINS, 2009) – conceito que abrange os fluxos em múltiplos suportes midiáticos e práticas culturais de coparticipação do público – formam um traço marcante da comunicação em redes digitais. A ideia de convergência e mesmo da Multimedialidade foi se complexificando ao ponto de compreendermos a convergência atual para além da convergência técnica, mas que compreende os conteúdos e as empresas (CANAVILHAS, 2016).

Uma inovação alinhada à dinamicidade característica do espaço virtual que forjou uma simbiose entre os meios (SENA, 2011) – não divergindo das culturas tradicionais dos meios de comunicação, os novos meios absorveram-nas (CASTELLS, 1999, 2016). A composição de conteúdos disponibilizados em variados canais somou à ideia de Multimedialidade a Transmedialidade. Conteúdos transmídia são antecedentes à Internet, com disponibilização e adequação de conteúdos em salas de cinema, videogames e parques de entretenimento, por exemplo, mas as redes digitais amplificam e diversificam os formatos (ITO, 2016).

Outra característica da comunicação em rede é a ampliação das formas de armazenamento e Memória (LÉVY, 1993; BARBOSA, 2004; PALÁCIOS, 2014). Novas maneiras de registro e de armazenagem possibilitadas primeiro pelo computador, com capacidades muito superiores às humanas e, depois, com as conexões em rede, com gigantescos espaços na nuvem, permitiram um novo patamar no que tange ao acesso, arquivamento e armazenamento de conteúdos.

Nas décadas de 1980 e 1990, as capacidades de armazenamento de dados dão um salto com a informatização e se multiplica em uma velocidade tal que um disco rígido de microcomputador passa de uma capacidade de 10 MB para 10 GB em uma década. Os *Big Data*, gigantescos bancos de dados na internet ampliaram magistralmente a capacidade de armazenamento e registro de dados e informações. Além de sistemas de busca tradicionais e links para conteúdos relacionados, outras formas foram sendo desenvolvidas e disseminadas. Atualmente, é muito comum a definição de etiquetas para assuntos e palavras-chave relacionadas. Em sites e blogs isso principalmente é feito a

partir de seleção de *tags* e, em redes sociais as *hashtags* são outras formas de acessar a Memória de dados e informações armazenadas em determinada plataforma na Internet.

Por outro lado, para além do consumo por parte dos usuários a quem se abriram possibilidades infinitas de busca autônoma por conteúdos, a ideia da datificação da vida tem implicações sociais, políticas e econômicas em que se enxerga no oceano de informações pessoais, captadas por variados cadastros e termos de uso, códigos de alto valor. Assim, resumimos a seguir alguns dos principais recursos da comunicação em rede, na Web, elencando no que consiste esses recursos, segundo autores que trabalham as características.

Isso foi possibilitado especialmente pela tecnologia *mobile*. Novos recursos foram potencializados a partir do deslocamento da prevalência de conexões fixas para conexões móveis e ubíquas, que permitiram um novo nível de relação com e por meio das tecnologias digitais.

Quadro 1: Recursos característicos da comunicação em rede

CARACTERÍSTICAS DA COMUNICAÇÃO EM REDE	NO QUE CONSISTE A CARACTERÍSTICA
• Interatividade	Interação mediada por um artefato técnico (PRIMO, 2003; MESO et. al, 2011)
• Hipertextualidade	Possibilidade de construção não linear de percurso de acesso a diferentes conteúdos. Tem sido atrelada à Multimídia, formando a característica de Hipermídia (LÉVY, 1999; SENA, 2011; MARCUSCHI, 2001; ITO, 2018).
• Multimídia	Oferta de conteúdos em diferentes formatos como audiovisuais, realidade virtual, Gifs animados, infografia animada, animações e Histórias em Quadrinhos (CASTELLS, 1999, 2016; ITO, 2018)
• Memória	Capacidades de armazenamento e arquivamento de conteúdos de forma muito ampliada em relação às capacidades humanas (Baseado em LÉVY, 1993; BARBOSA, 2004; PALÁCIOS, 2014).

Fonte: Elaboração própria

Às características fundamentais da rede, que foram se fortalecendo ou foram alteradas de maneira acelerada principalmente nas duas últimas décadas, somaram-se novas configurações que melhor identificam os modelos de tecnologias digitais a partir de então.

3.1.2. A comunicação móvel e ubíqua – novos dispositivos, novas espacialidades, novos recursos sociotécnicos

O homem é um ser social que se comunica e se move. Não há novidade em se falar em comunicação móvel se nos referirmos à capacidade humana de estabelecer relações em movimento. A própria comunicação implica mobilidade, seja na saída de si no diálogo com o outro, seja na mobilidade dos fluxos de mensagens carregadas por diversos suportes (LEMOS, 2009).

A novidade do século XXI nesse campo é em como o processo se dá, seu alcance, velocidade e impactos na vida social. Mas, é certo que a mobilidade baseada em aparatos comunicacionais tem início muito antes das redes digitais. De alguma forma, cartas, livros, jornais e revistas colocam, há séculos, o mundo em circulação pela comunicação em movimento. Nesses casos, no entanto, na melhor das hipóteses, o que se tinha eram informações do dia anterior, ou do turno anterior, no caso de jornais impressos – passando a ideia de um mundo amanhecido (PALÁCIOS, 2013).

Ainda distante do que conhecemos hoje por dispositivos móveis, os transistores e o rádio de pilhas na década de 1950 podem ser considerados os grandes suportes que pela primeira vez colocam o mundo no bolso das pessoas. Depois, a telefonia fixa, bips e a telefonia móvel analógica começam a dar a ideia de uma comunicação mediante uma espacialidade ampliada (PALÁCIOS, 2013).

Mas são os chamados dispositivos móveis, referindo-nos principalmente a smartphones e tablets, que desembocaram novas formas de o homem lidar com o mundo e com o espaço a sua volta. Trata-se da tecnologia móvel digital, que saltou de uma tecnologia ao alcance de poucos para uma tecnologia dominante, em apenas uma década.

Foi um processo acelerado de miniaturização e expansão de redes sem fio (PELLANDA, 2009a) que provocou alterações profundas nas formas relacionais a partir da presença de novos aparatos de comunicação móvel digital, que pode ser resumido assim:

Basicamente, no último quarto de século, do ponto de vista dos dispositivos, foi-se da era dos computadores aos microcomputadores, destes aos microcomputadores portáteis e, enfim, para o padrão atual de tablets, smartphones e... coisas. Do ponto de vista dos recursos para a conexão e processamento, fomos das sintaxes de programação à internet de navegação (o padrão Web) e daí para o padrão de internet de aplicativos e dispositivos móveis (GOMES, 2016, p. 46).

A esse respeito, a comunicação é, mais do que nunca, pessoal. Os dispositivos são hiperpessoais, enquanto os chamados computadores pessoais, em boa parte dos casos, são utilizados por mais de uma pessoa (PELLANDA, 2009b, p. 11). A conexão é uma constante e, ao dirimir a tecla *off*, gera-se uma espécie de neomadismo em uma nova ecologia comunicacional (BAITELLO, 2010). Tais circunstâncias configuram um processo chamado também de “mobilidade ampliada” (LEMOS, 2009, p. 29).

Segundo Aguado e Castellet (2013), o uso dos dispositivos móveis comporta uma carga simbólica, uma estrutura ritual, que lhes conferem especificidade frente a outros membros do que chamam de fauna digital. Tal carga gera maior taxa de conveniência, já que o móvel sempre está onde o usuário está, vinculando-se estreitamente à sua identidade. Assim, os dispositivos móveis assumem uma natureza eminentemente relacional.

Dispositivos interconectados móveis integram-se às rotinas a ponto de muitas vezes passarem despercebidos, caracterizando o conceito de pervasividade. A ideia refere-se a essa forma naturalizada e pouco perceptível para o usuário em que a comunicação em rede se estabelece e, em conjunto com a mobilidade, forma os principais traços da comunicação ubíqua contemporânea (LIMA, 2017).

Com um dos custos mais elevados do mundo para se comunicar em rede, no Brasil, comunidades e indivíduos mais pobres perceberam a importância da Internet, não obstante a alta concentração de renda (OLIVEIRA, 2009). As dificuldades para expandir a telefonia fixa fez o país saltar para a tecnologia móvel (PELLANDA, 2009b). São variados os marcos da mudança de consumo no que respeita a dispositivos móveis, sendo que 2012 de forma mundial e 2013 para o Brasil podem representar anos de virada. Foram nesses períodos que a compra de smartphones superou a aquisição de telefones celulares comuns e a compra de tablets supera a de notebooks e computadores pessoais, no mundo e no Brasil, respectivamente (MARTINS, 2015).

O que era uma tendência se mostrou realidade. Isso pode ser visto na quantidade de dispositivos digitais em uso no Brasil: em 2019 foram 420 milhões, incluindo computadores, notebooks, tablets e smartphones. Desses, 185 milhões são computadores

e 235 milhões smartphones. Como podemos ver, o índice de smartphones corresponde a 110% em relação à população, enquanto a média global é de 88% (FGV, 2019). A pesquisa revela ainda que o smartphone domina vários usos, como a interação com bancos e no uso de mídias sociais, demonstrando uma ruptura visível na migração para o uso de dispositivos digitais, em especial para os smartphones (FGV, 2019).

A mobilidade alterou profundamente as formas de acesso à rede e trouxe consigo novas características das conexões digitais mais recentes. Palácios *et al.* (2015) destacam que se Multimedialidade e Memória eram, no início da rede, potencialidades que só se efetivaram com a disseminação da banda larga, a “Tactilidade” já é um traço efetivo da interação contemporânea via redes digitais, favorecidas pelo uso de dispositivos móveis. Para além do *click*, a comunicação se faz mediante telas sensíveis ao toque – *touchscreen*.

Fora a Tactilidade, outras funcionalidades foram surgindo e com elas novos usos foram sendo desenvolvidos e apropriados, de modo que pensar em comunicação móvel foi deixando de ser uma transposição de conteúdos e formatos originalmente elaborados para desktops e adaptados para tablets e smartphones.

Com a presença e pervasividade dos dispositivos e das conexões móveis na vida contemporânea, produtos e serviços passam a ser pensados prioritária, e em alguns casos, exclusivamente, para o *mobile*, que incorpora recursos característicos da tecnologia digital, mas apresenta novas possibilidades, inéditas e inovativas no campo tecnológico e comportamental.

Com enfoque em inovação em produtos jornalísticos, Palácios *et al.* (2015) destacam que novas propriedades tanto em interfaces quanto em hardwares têm alterado as formas interacionais, com características que ultrapassam as já traçadas para comunicação em rede. São novas funcionalidades, próprias da comunicação móvel, que confluem em muitos casos com as características das relações na web, configurando um novo plano interacional seja no aspecto técnico seja no âmbito relacional.

A seguir, destacamos características fundamentais de recursos e funcionalidades surgidas a partir dos dispositivos móveis.

3.1.2.1. *Características e funcionalidades técnicas da tecnologia móvel digital*

Com o desenvolvimento e expansão dos dispositivos móveis, novos recursos e funcionalidades foram desenvolvidas, ampliadas e ressignificadas, tanto por grandes desenvolvedores quanto por usuários. Isso se explica em parte pelo alto grau interativo das tecnologias móveis digitais. Castells, Ardèvol e Qiu (2007) pontuam que quanto mais interativa é uma tecnologia, mais provável será que os usuários se convertam em produtores.

Além de características como Hipertextualidade, Interatividade, Multimídia e Memória, a Customização/Personalização e Instantaneidade formam o quadro de recursos característicos das tecnologias digitais. Nesse sentido, a Tactilidade soma-se às anteriores e torna-se o principal diferencial para interação nos dispositivos móveis e na exploração de *affordance*.

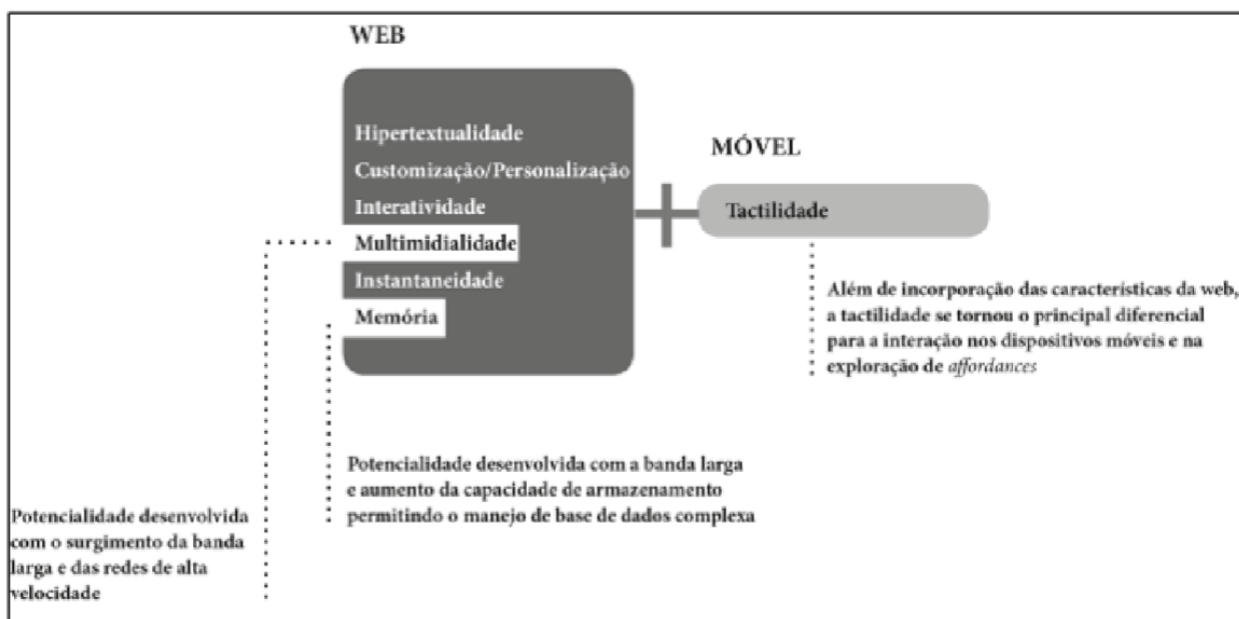
Affordance é um conceito importado da psicologia ecológica, explorado e desenvolvido pelo psicólogo norte-americano James J. Gibson, que o cria para designar suas ideias a partir do verbo *to afford* (conceder, oferecer, prover). O conceito é adaptado para a relação objeto, usuário e ação no design por David Norman e, posteriormente, para dentro da interação humano-computador por McGrenere e Ho (CUNHA, 2017).

Explorada nos estudos sobre ambiente digital, a ideia foi desenvolvida e incorporada no campo dos estudos de comunicação voltados ao Jornalismo. Palácios *et al.* (2015) e Cunha (2017) discutem *affordance* a partir de uma relação com design da informação em produtos jornalísticos. Para Cunha (2017), o conceito está relacionado a propriedades do ambiente relacionadas ao ser humano em seu encontro com um artefato tecnológico específico.

Nesse sentido, podemos dizer que *affordance* refere-se a usos e apropriações de propriedades de um artefato que determinam ou induzem como este deve ser utilizado.

Na figura a seguir, vemos as características da comunicação na Web relacionadas por Palácios *et al.* (2015), somadas à Tactilidade, principal diferencial para interação nos dispositivos móveis e na exploração de *affordances*. Os autores destacam que a Multimídia e a Memória foram desenvolvidas principalmente devido à banda larga e às redes de alta velocidade.

Figura 2: Novas características incorporadas aos dispositivos móveis - Tactilidade



Fonte: Palácios *et al.* (2015)

No caso da primeira, a expansão da rede permitiu o incremento no uso de vídeos, imagens e texto de forma conjugada, e quanto à Memória, houve a ampliação da capacidade de armazenamento. Com a Tactilidade, não se trata de uma potencialidade a ser desenvolvida nas interações feitas a partir de dispositivos móveis, mas uma característica técnica típica desse modelo comunicacional e que repercute em mudanças nas formas interacionais.

A partir da relação de 14 sensores presentes em dispositivos móveis elaborada por Newman (2015) mais o sensor de microfone, acrescido por Palácios *et al.* (2015), os autores listam 15 sensores presentes em um dispositivo móvel: Acelerômetro, Giroscópio, Magnetômetro, Barômetro, Sensor de Proximidade, Sensor de Iluminação, Sensor de Toque, GPS, Wi-Fi, *Bluetooth*, GSM/CDMA *Cell*¹⁹, NFC/*Near field*²⁰, Câmera frontal, Câmera traseira e microfone.

Conforme Palácios *et al.* (2015), aos sensores dos dispositivos móveis estão relacionadas diversas funcionalidades. Cunha (2017) explica que os sensores podem ser encarados como inovações tecnológicas, desenvolvidas a partir de pesquisas voltadas a

¹⁹ Tecnologias para habilitar a funcionalidade de rede de telefonia móvel (EMPINOTTI, 2020).

²⁰ Rede semelhante ao *Bluetooth*, de curto alcance, que pode ser usada para pagamentos ou liberação de acesso a sites restritos (EMPINOTTI, 2020).

evolução da comunicação digital e que, portanto, são fatores responsáveis por produzir novas *affordances*.

Segundo Cunha (2017), alguns sensores têm sido mais importantes que outros no que se refere à produção de *affordances*, são eles: a tela sensível ao toque, a câmera digital (frontal e traseira), o GPS e o giroscópio e acelerômetro. Tanto no livro desenvolvido a partir da Tese de Doutorado de Cunha (2017), quanto no artigo de Palácios *et al.* (2015), os autores categorizam quatro funcionalidades que chamam de produtoras de *affordances* nos dispositivos móveis, ligadas a sensores presentes nesses dispositivos.

As quatro funcionalidades classificadas pelos autores são: Tactilidade, Opticabilidade, Localibilidade e Nivelabilidade. Autores como Canavilhas (2014; 2016), Empinotti (2020) e Empinotti e Paulino (2017) trabalham com mais uma funcionalidade, a Plasticidade.

Essas funcionalidades se mostram como uma importante categorização de características técnicas da comunicação móvel que impactaram em mudanças nas formas interacionais na sociedade contemporânea, tanto no que se refere às inovações técnicas quanto as que se relacionam às inovações nas relações e formas de interação humana.

A **Tactilidade** está relacionada a toques, interação e manuseio de objetos. É a funcionalidade presente em dispositivos com tela sensível ao toque (*touchscreen*) que permite interação e manipulação de elementos, como manusear objetos virtuais presentes nas interfaces, desde abrir um conteúdo ou mudar páginas e fotografias através do toque. Para dispositivos móveis, como vimos, trata-se de uma funcionalidade inerente, mas não é exclusiva destes, já que telas *touch* são utilizadas em aparatos como notebooks.

Os toques podem ser caracterizados a partir de gestos tácteis como toque simples, toque duplo, rolar, deslizar, pinçar, pressionar e rotacionar. Um toque simples, por exemplo, pode ser usado para abrir um aplicativo, uma publicação ou uma nova janela. Arrastar pode ser usado para trocar de telas ou de fotografias em uma galeria.

Apesar de variadas e complexas possibilidades, os toques tendem a se padronizar e a se simplificar, com vistas à melhor usabilidade do produto e menor frustração para o usuário (CUNHA, 2017).

Empinotti (2020) sintetiza em seis os gestos observados em apps jornalísticos: 1. Toque – para seleção de um item; 2. Rolagem – para descida e subida de página ou movimentação lateral; 3. Deslizar – para troca de notícias e visualização de galerias; 4. Pinçar para aproximar (zoom) ou distanciar; 5. Pressionar – para revelar opções sobre o item ou selecionar trechos; 6. Rotacionar – girar imagens ou vídeos.

É importante destacar que problemas com recursos relacionados a Tactilidade em plataformas digitais podem representar um afastamento ou mesmo a inoperação por parte de usuários.

Isto é, trata-se de uma funcionalidade técnica que, caso apresente travamentos em determinados pontos, pode impedir o uso no geral do aplicativo ou do site. Se desenvolvida a partir de uma gramática muito complexa, em que o usuário não consiga seguir de maneira intuitiva, também dificulta ou impede o uso.

A **Nivelabilidade** é a funcionalidade relacionada a níveis de posicionamento e de inclinação do dispositivo móvel, adaptando o conteúdo conforme o modo do aparelho. Formatos de leitura de texto e visualização de imagens podem ser adaptados conforme posicionamento do smartphone ou tablet, por exemplo. Acelerômetro e o giroscópio, sensores de posicionamento e de movimentos gravitacionais, estão relacionados a essa funcionalidade.

Enquanto o acelerômetro é utilizado para identificar a movimento apenas pela vibração no dispositivo, o giroscópio pode ser capaz de medir a velocidade de rotação em torno de um eixo (CUNHA, 2017). O giroscópio é um instrumento utilizado em bússolas mapas, e recursos de realidade aumentada (EMPINOTTI, 2020).

Sensores de movimentos baseados no giroscópio têm sido utilizado pela indústria do entretenimento principalmente em jogos eletrônicos, como no popular *Nintendo Wii* que foi lançado em 2006 com controle sensível aos movimentos do jogador.

Em dispositivos móveis, a ideia trabalhada hoje na Nivelabilidade começa a ser testada em 2005, quando a Samsung introduziu seu sensor de movimento no modelo SCH-5310 e em 2007 no iPhone, mas foi só em 2010 que os dois sensores, acelerômetro e giroscópio, passam a ser usados de modo complementar.

Aplicada tanto ao jornalismo móvel quanto a diversos outros conteúdos, inclusive para a Comunicação Pública, a Nivelabilidade pode ser verificada na adaptabilidade de conteúdos a diferentes formas de posicionamento dos dispositivos móveis, de modo a facilitar e propiciar uma boa experiência ao usuário ao trocar a rotação da tela de um texto ou vídeo, por exemplo.

A **Localibilidade** é a funcionalidade relacionada ao sensor de GPS, o sistema de posicionamento global, dos dispositivos móveis, e é baseada nos recursos de geolocalização. A partir de dados da localização do usuário, conteúdos podem ser adaptados.

Com um histórico de uso para fins militares no início do desenvolvimento da Internet, foi em 1995 que o sistema de satélites GPS foi declarado operacional e só em 2000 que foi extinta a diferenciação entre duas taxas de precisão, uma para fins militares, e outra para civis, com precisão menor.

Em 1999 foi realizada a comercialização do primeiro aparelho celular com sensor de GPS, chamado *Benefon Esc!*, e vendido apenas na Europa (CUNHA, 2017). Em 2001, a Google lançou o *Google Earth* e, em 2005 o *Google Maps*, ambos baseados em dados de satélites e que transformaram globalmente os modos que as pessoas passaram a lidar com a localização na Web. Com o volume de imagens digitais que possuía, em 2014 o grupo lançou uma linha do tempo com imagens de satélite globais desde 1984²¹.

A localização por GPS é usada hoje para fins mais diversos, tendo sido incorporada no cotidiano das pessoas. Em sites jornalísticos, se mostra como uma possibilidade na personalização de conteúdo e participação dos leitores.

Para a Comunicação Pública pode ser uma forma de participação ativa do cidadão, como nos aplicativos cívicos, que abrem possibilidades de inserção de conteúdos pelo próprio usuário a respeito de demandas locais, como problemas em sua rua, denúncias, reclamações e sugestões.

A **Opticabilidade** é uma funcionalidade relacionada principalmente ao sensor de câmera de dispositivos móveis e abrange, além das possibilidades de filmar e fotografar, recursos como Realidade Aumentada e uso de códigos como QR Code para ativar diversos conteúdos.

Lançado há 20 anos, o primeiro celular com sensor de câmera embutido, o J-SH04, possuía uma câmera de 1.0 megapixel (CUNHA, 2017). Nessas duas últimas décadas, assim como ocorreu com os próprios aparelhos celulares, a transformação tecnológica foi acelerada e revolucionária em relação às câmeras digitais nos aparelhos móveis.

Os smartphones passaram a oferecer câmeras traseiras e frontais, e a conexão à internet impulsionou fortemente o audiovisual nas redes, repercutindo em criações multimídia, de modo que vídeos e imagens com animação estão em uma curva crescente no consumo nas redes sociais.

Em 2016, o jogo *Pokémon Go* explorou o recurso da realidade aumentada e da geolocalização, virando notícia no mundo todo, tanto pela sua acelerada expansão e grande aceitação do público – o jogo obteve mais de 1 bilhão de downloads no mundo –

²¹ Disponível em <<https://earthengine.google.com/timelapse/>>

quanto por acidentes e mortes causadas durante o uso do jogo. Marcas em todo o mundo também têm lançado mão da realidade aumentada para demonstrar o uso de produtos, aproveitando a hibridização entre elementos virtuais e espaços físicos que a realidade aumentada propicia.

No contexto da Comunicação Pública, a Opticabilidade tem sido utilizada como recurso em plataformas voltadas à cidadania, participação e interesse público. O “Eu Cuido. Eu Curto”, da Prefeitura de Porto Alegre, é citado por Cunha (2017), como um app que lança mão da Opticabilidade para acompanhar as demandas do orçamento participativo e possibilitar o envio de fotografias à ouvidoria.

A **Plasticidade** é uma quinta funcionalidade que tem sido apontada em estudos recentes (CANAVILHAS, 2014; CANAVILHAS, 2016; EMPINOTTI, 2020) como mais uma a se somar às quatro anteriores. Esta última está ligada a uma hiperpersonalização, propiciada pelas tecnologias móveis ao customizar os conteúdos cruzando diferentes fontes de informações desde localização, a partir do GPS, a formas de leitura, relacionadas ao giroscópio e acelerômetro, além de dados sobre outros comportamentos do usuário, interesses e preferências, tanto os apontados por ele próprio, quanto os identificados por algoritmos.

Assim, a Plasticidade tende a ser encarada como uma espécie de sucessora ou um grau avançado da ideia de personalização/customização característica dos conteúdos Web. Adaptada ao *mobile*, a Plasticidade alcança um nível de personalização jamais visto e dificilmente atingível em outros suportes, dada a característica pessoal que os dispositivos móveis detêm. Seria assim, uma funcionalidade que alcança uma adaptação dos conteúdos ao contexto integral do receptor (EMPINOTTI, 2020; CANAVILHAS, 2014; CANAVILHAS, 2016).

A Plasticidade reúne, dessa forma, *affordances* relacionadas a hábitos dos usuários, cruzando diferentes sensores presentes em smartphones e tablets de modo a personalizar o conteúdo de acordo com o perfil do usuário, um perfil cada vez mais especificado.

Como se vê, aqui a ideia de vigilância e do panóptico digital está mais intrinsecamente relacionada, com todos os impactos que daí decorrem. A Plasticidade confere de um lado o oferecimento de conteúdos mais apropriados às preferências e hábitos dos usuários, de outro, pode representar ampla captação e mercantilização de dados e os correntes avanços sobre a privacidade individual que a busca pela hiperpersonalização pode gerar.

As cinco funcionalidades aqui abordadas correspondem a uma variedade de usos possíveis induzidos pela tecnologia, contexto e comportamentos dos usuários, como detalhamos no Capítulo 6.

São novos recursos propiciados a partir dos dispositivos móveis, que vêm afetando produtos jornalísticos (MARTINS; OLIVEIRA, 2015), estratégias de marketing (BACKES, 2018), a economia informal (PELLANDA, 2009b), o design e as lógicas de usabilidade (FEIJÓ; GONÇALVES; GOMEZ, 2013) e os mais diversos setores da sociedade.

Uma vez utilizando dispositivos móveis, aos usuários chega uma diversificada oferta de serviços e produtos, principalmente por meio de aplicativos e das redes sociais. Isso porque usuários passam grande parte do tempo nessas plataformas quando em uso de tablets e smartphones.

Redes sociais e aplicativos dominam o uso dos smartphones no Brasil. No país, entre os usuários que utilizam smartphones, 82% usam para acessar redes sociais, principalmente os mensageiros WhatsApp e Telegram, e as redes Facebook e Instagram. Além dos apps de redes sociais, os brasileiros usam aplicativos de navegação (51,8%), de transporte (41,8%), para assistir séries e filmes on-line (40,7%), compras on-line (40,6%) e aplicativos de bancos (37,9%) e de relacionamento (13,1%) (CNT, 2019).

Parte dessa adesão pode ser atribuída ao formato de acoplar o uso de pacotes de dados a essas plataformas. Muitas delas, especialmente as redes sociais, oferecem acesso gratuito, sem uso do pacote de dados, nos usos em smartphones. A prática acaba favorecendo a inserção da população no Facebook, Instagram e no WhatsApp.

Com usos diversos para fins comerciais como o aplicativo de hospedagens colaborativas Airbnb ou de transporte como Uber, que revolucionaram seus respectivos mercados, aplicativos e páginas de redes sociais, além dos *bots* e *chatbots* nos mensageiros eletrônicos, também têm sido usadas para práticas de promoção da cidadania, campanhas de saúde pública ou de combate à desinformação.

3.1.2.2. Uso de aplicativos nos dispositivos móveis para a Comunicação Pública

Se rádio, televisão e cinema foram os suportes com prevalência de uso para Comunicação Pública no Brasil, sobretudo no âmbito governamental, durante grande

parte do século XX, no século XXI é o uso das plataformas digitais que tem predominado, com destaque para aplicativos e redes sociais. Com uso progressivamente mais intenso no espaço público, diferentes aplicativos também têm sido utilizados com fins de promoção da cidadania, participação e interesse público – preceitos básicos da CP.

Os aplicativos móveis vão de uma variedade tamanha na proporção da diversificação da atuação humana e o enfoque da atividade. Uma sucessão de fatos colaborou nesse sentido. Com a disseminação de dispositivos móveis, cujas funcionalidades passavam a agregar cada vez mais recursos e de forma mais sofisticada, programas específicos foram desenvolvidos para esses dispositivos de modo a fornecer aos usuários maneiras facilitadas e intuitivas para executar tarefas e solucionar problemas em seu dia-a-dia.

O lançamento do primeiro *Iphone 3G*, em 2007, impulsionou o desenvolvimento de aplicativos ou, sinteticamente, apps – softwares desenvolvidos para a realização de tarefas específicas em um dispositivo. Na versão *mobile*, passaram de uma fase de adaptação de modelos para estações fixas para produtos nativos ou autóctones nos dispositivos móveis.

Segundo pesquisa da App Annie (2019), no mundo todo foram realizados no ano de 2018, 194 bilhões de downloads de aplicativos em dispositivos móveis, com um consumo de 101 bilhões de dólares em lojas de aplicativos. Conforme o estudo, o Brasil passa por uma fase chamada de Experimentação, nesse quesito. Com o aumento de dispositivos móveis, os usuários brasileiros descobrem e experimentam mais novos aplicativos, enquanto em outros mercados mais maduros os usuários estão se engajando predominantemente em aplicativos conhecidos.

O país é considerado um mercado emergente em que os gastos com consumo em lojas de aplicativos avançaram mais rapidamente que o Produto Interno Bruto (PIB), numa comparação entre 2016 e 2018 (APP ANNIE, 2019). O que se passa é que os aplicativos caracterizam o uso dos dispositivos móveis atualmente, sendo utilizados para as mais diferentes tarefas.

Os aplicativos baseiam-se em interfaces limpas e intuitivas, focadas em usabilidade – a relação que se estabelece entre usuário, tarefa, interface, equipamento e demais aspectos do ambiente no qual o usuário utiliza o sistema (CYBYS, 2007 apud FEIJÓ; GONÇALVES; GOMEZ, 2013). Outro ponto importante é que os aplicativos se inserem em um contexto que os próprios dispositivos móveis acentuaram – a noção de

que estão ali para tornar a vida dos usuários mais fácil. Sem eles, é mais difícil viver. Essa é uma das dimensões alertadas por Kluitenberg (2014):

Além da utilidade óbvia dos dispositivos e seus aplicativos, sua humildade servil, há uma promessa especialmente importante que brilha através de cada uma dessas tarefas úteis: a sugestão de que os aplicativos (e os dispositivos em que são executados) ofereçam ação para o indivíduo, que eles empoderam seus usuários para serem capazes de agir e produzir resultados de acordo com as suas necessidades particulares e intenções pessoais (KLUITENBERG, 2014 apud LIMA, 2017, p. 24)

Recurso técnico indispensável nos dispositivos móveis, os aplicativos foram sendo apropriados por diversos atores, para além de desenvolvedores de grandes empresas. Como parte de movimentos relacionados a ativismo digital, governo eletrônico e governo aberto, dados abertos, democracia digital, cidadania digital, entre outros, os aplicativos têm sido utilizados como importantes recursos para o incremento da cidadania e valores democráticos. Alguns estudiosos têm denominado o produto desse fenômeno como aplicativos cívicos.

Produzidos de forma difusa por uma variedade de atores, aplicativos cívicos fomentam valores democráticos e relacionados à cidadania. Por servirem à interação direta com os usuários, que podem em muitos casos contribuir com comentários, conteúdos, denúncias, fotos e casos locais, entendemos que os aplicativos podem se configurar como importantes espaços de materialização de práticas de Comunicação Pública, conforme seus objetos e objetivos.

Entendemos por aplicativo cívico um termo para denominar programas formulados para dispositivos digitais, sobretudo móveis, com atenção à promoção da cidadania e de valores democráticos. Podemos classificar de aplicativos cívicos programas desenvolvidos pela sociedade civil, governos e, ainda, por empresas privadas, desde que o foco se mantenha na promoção da cidadania.

Lima (2017, p. 40) chama-os de aplicativos para interesses públicos. São “softwares desenvolvidos para executar tarefas específicas relacionadas ao acesso a informações e serviços públicos, e a possibilidades de participação”. Para a autora, os aplicativos para interesses públicos podem servir como ferramentas práticas para o exercício de direitos e deveres como a participação política, por meio do envio de contribuições para a melhoria de políticas e serviços públicos, ou acesso a informações de serviços, por exemplo.

Como os aplicativos podem agregar facilmente funcionalidades disponíveis nos dispositivos móveis, reside aí mais uma possibilidade a favor do cidadão. É o que Lima (2017) aponta ao tratar as possibilidades de interação com o contexto do usuário para extrair dados do ambiente e atender necessidades imediatas dos cidadãos ou fornecer informações para o governo atuar na questão. São exemplos da autora nesse contexto as possibilidades de um aplicativo auxiliar o usuário a localizar instituições públicas, informar rotas, ou enviar alertas e denúncias de problemas.

Na perspectiva de Lima (2017), os aplicativos para interesses públicos poderiam ser divididos em duas categorias – os governamentais e os cívicos. Frisando o papel do desenvolvedor, essa classificação distingue os aplicativos desenvolvidos pelo próprio governo, cuja perspectiva parte do governo para o cidadão, enquanto que os aplicativos cívicos partiriam da sociedade: “São aplicações feitas por cidadãos ou desenvolvedores independentes com base em informações ou serviços governamentais para serem utilizados por outros cidadãos, ou pelo próprio governo de forma gratuita” (LIMA, 2017, p. 42).

No nosso ponto de vista, ainda que sejam desenvolvidos por entes do governo e do Estado, os aplicativos voltados à ações de promoção da cidadania devem ser categorizados como aplicativos cívicos, pois que, independente de promotores ou desenvolvedores, se o foco é o exercício da cidadania, visando a aproximação entre cidadãos e governos, denúncias, fiscalização e participação, a classificação como “cívico” é pertinente. Se o aplicativo diz respeito ao cidadão e aos seus direitos e deveres, então trata-se de um aplicativo cívico.

Freitas, Balaniuk, Silva e Silveira (2018, p. 113) partilham do mesmo entendimento, abrangendo aplicativos desenvolvidos para dispositivos não portáteis. Para eles, “aplicativos cívicos” é uma designação que alcança “todas as soluções tecnológicas criadas no contexto de dados abertos, quer seja via web ou dispositivos móveis”.

Gomes, Schneider e Bezerra (2018) ao mapearem 18 aplicativos cívicos que tratam especificamente de financiamento de campanha eleitoral, atuação política e repercussão midiática e informacional no Brasil definem:

Os aplicativos cívicos fazem parte de uma categoria de softwares e iniciativas baseadas na infraestrutura da Internet, que procuram capacitar os cidadãos a exercer uma maior participação na vida política da sua cidade, região ou país, mediante a cobrança e fiscalização das atividades dos mandatários de cargos eletivos, bem como do judiciário e do serviço público em geral. Tais iniciativas têm o condão de fomentar

o exercício da cidadania através da formação de competências em mídia e informação (GOMES; SCHNEIDER; BEZERRA, 2018, p. 3154).

Os pesquisadores classificam as iniciativas a partir dos patrocinadores, assunto e tipo de licença de uso do software. A maior parte dos patrocinadores foram classificados como desenvolvedores (6), que criaram o aplicativo a partir de financiamento próprio, na sequência estão as ONGs (5), Universidades (4) e empresas privadas (3). Apesar da segmentação da pesquisa, o levantamento auxilia a perceber a variedade de atores envolvidos no desenvolvimento de aplicativos voltados à cidadania.

3.1.2.3. Redes sociais em dispositivos móveis para a Comunicação Pública

No que se refere à compreensão do papel das redes sociais na vida cotidiana do século XXI temos uma variedade de pesquisas que indicam o papel das redes sociais nos estudos e na realidade contemporânea (RECUERO, 2012), em movimentos sociais e manifestações globais (CASTELLS, 2013); em eleições pelo mundo todo em um contexto de crise da democracia liberal (MOUNK, 2019; CASTELLS, 2018), em processos de desinformação (PINTO *et al.* 2018; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017; SENA; LUVIZOTTO, 2019; RECUERO; GRUZD, 2019), além de muitos outros âmbitos.

Com o uso dos dispositivos móveis, as redes sociais ganharam ainda mais fôlego. A maior parte desses dispositivos, mais especificamente de smartphones, chega às mãos dos consumidores com aplicativos das principais redes sociais no Brasil: Facebook, Instagram e WhatsApp.

Aliado a isso, as principais companhias telefônicas incentivam o uso com a gratuidade de serviços de dados móveis para essas redes, ao ponto que em 2017, 55% dos brasileiros confundiam Internet com Facebook, confusão que também foi identificada em países como Nigéria, Indonésia e Índia, em valores superiores ao Brasil, e nos Estados Unidos com 5% (QUARTZ, 2015).

Diversos comportamentos foram se alterando com a presença dos dispositivos móveis e o uso das redes sociais. A forma de ver televisão passa a ser em múltiplas telas, que dividem a atenção do público que comenta e compartilha conteúdos televisivos de forma concomitante.

Por sua vez, a produção televisiva abre mais espaço a conteúdos amadores, predominantemente os com alta repercussão, produzidos por telespectadores por meio de

dispositivos móveis e publicados em redes sociais (SÁ, 2015). Ouvir rádio também é diferente a partir das redes sociais em dispositivos móveis, com constante diálogo entre o meio e seu público e narrativas mais imersivas (LOPEZ, 2015).

Enquanto os jovens estão nas redes “atraídos pela oferta de entretenimento e informação de fácil e rápido acesso, disponibilizada em telas” (QUADROS, RASÊRA, MOSCHETTA, 2013, p. 155), os idosos encontraram nos dispositivos móveis a porta que precisavam para o acesso à internet, coisa que o computador pessoal não tinha solucionado bem.

No Brasil, 58% dos idosos acessam a rede via smartphones (CETIC.BR, 2019), para enviar mensagens (86%), conversar por chamadas de voz ou de vídeo (66%) e usar as redes sociais (52%). Os smartphones ajudaram a quebrar barreiras de conexão junto a um público com pouca afinidade com as formas comunicacionais propiciadas pelas redes digitais. Isso, no entanto, não veio acompanhado de um processo de literacia midiática.

Entendendo essa penetrabilidade, governos, entidades da sociedade civil e do setor privado se viram ainda mais levados a ocupar o ambiente das redes sociais, o que levou em alguns casos a uma ampla criação de perfis, sem a necessária atualização, alimentação de conteúdos e interação entre os usuários. É o que verificamos em pesquisa exploratória (SENA, 2016), em que identificamos que o governo federal mantinha, em 2016, quase 200 perfis em redes sociais somente na Presidência e Ministérios – um arsenal de canais de comunicação com o cidadão, mas muitos não tinham sequer atualização permanente de conteúdos. Isto é, parte desse emaranhado de espaços criados não objetivava ou não conseguia ir além da presença digital.

No âmbito da sociedade civil, observatórios sociais, movimentos para transparência e controle social para dados abertos e de governo aberto encontraram nas redes sociais repercussão para suas causas (LUVIZOTTO; SENA, 2018). A própria iniciativa privada, em um movimento geralmente inserido no âmbito das ações de Responsabilidade Social vem empreendendo iniciativas que usam a comunicação para favorecer a qualificação do debate público nas áreas ambiental, educacional, cultural, entre outras, apoiadas em redes sociais digitais. Nesse contexto, é importante ressaltar possíveis contradições nas práticas, devido às complexificações de ações que buscam aliar interesses públicos e privados, por vezes conflitantes.

Em comum, partindo de diversos atores sociais muitas dessas experiências buscam usar a comunicação apoiada em redes sociais para fins de cidadania, interesse público e democracia.

Desde algum tempo temos defendido que as redes sociais podem contribuir com a Comunicação Pública (SENA, 2016; LUVIZOTTO; SENA, 2018), aproximando atores sociais, favorecendo o diálogo e a participação, ainda que pesando suas limitações. Entendemos que as redes sociais apoiadas em tecnologias digitais têm contribuições para uma comunicação com enfoque em cidadania e democracia no espaço público midiático contemporâneo:

Enfim, longe de ser uma redenção para as redes sociais, que, para alguns pesquisadores passaram de salvação do debate público, para algozes desse mesmo espaço, consideramos que como espaços novos de exposição de práticas socioculturais muito antigas, as redes sociais online necessitam de novas configurações de modelos comunicacionais e de iniciativas que se adequem a elas para favorecer o incremento da cidadania. Sugere-se que, para além do uso adequado das tecnologias comunicacionais pela Comunicação Pública, são necessárias ações que favoreçam o repensar das práticas socioculturais em direção à participação cidadã (LUVIZOTTO; SENA, 2018, p. 92).

Em outro estudo, discutimos a emancipação do usuário na sociedade digital e como isso requer políticas para promoção do receptor/cidadão nas práticas comunicacionais na Internet. Na ocasião, argumentamos que uma compreensão nesse sentido traz contribuições para a democracia:

Receptor, cidadão e usuário são o sujeito de uma trama miscigenada, visto sob angulações diversas, mas sob a mesma lente que os enxerga no papel de participante ativo, coprodutor e agente do processo comunicacional em que está inserido. Uma compreensão que pode contribuir não só para o entendimento de fenômenos socioculturais contemporâneos, bem como para a própria constituição da democracia (SENA; LUVIZOTTO, 2017, p. 1)

Ocorre que as redes sociais passaram em a ser encaradas – assim como boa tarde do que há no ciberespaço – não mais como espaços típicos de desintermediação, mas como ambientes fortemente mediados por algoritmos, por sua vez direcionados por grandes companhias transnacionais que usam nossos comportamentos para extrair dados e induzir o consumo, como discutimos no Capítulo 2.

Esse cenário, que não pode ser desconsiderado ou minimizado, tampouco deve ser acentuado. A mediação algorítmica é inegável e em dimensões até então não vistas, mas diferentes movimentos, partindo de variadas camadas da sociedade, vêm pressionando por alternativas relacionadas à transparência e à competência informacional dos usuários.

Na Comunicação Pública, as redes sociais também despertaram interesse de pesquisadores. Nascimento (2014), com enfoque em empresas públicas, entende que o

setor público no Brasil carece de mecanismos para compreender as demandas dos cidadãos e que as redes sociais digitais são relevantes canais de relacionamento entre empresas públicas, facilitando o acesso às informações de interesse coletivo, com agilidade e baixo custo e incentivam processos dialógicos e participativos.

Porém, a autora verificou em outro trabalho (NASCIMENTO, 2013) que as instituições públicas investigadas ainda preferiam o modelo de comunicação descendente, tendo o governo como emissor e o cidadão como receptor de conteúdos no Twitter, apesar do modelo comunicacional mais horizontalizado que a rede permite.

Mainieri e Ribeiro (2011) entendem que, dadas as características dialógicas e interativas que possuem, as redes sociais podem estimular a prática da Comunicação Pública, possibilitando uma participação mais interativa e ativa no processo de comunicação. Porém, destacam que é necessário um sujeito ativo no processo.

Também com enfoque no governo, Rothberg e Valença (2014) identificaram que as redes sociais são utilizadas como porta de acesso a informações disponíveis nos portais eletrônicos do governo de São Paulo. Os autores indicam o monitoramento em forma de mensuração regular da performance dos governos nas mídias sociais como fator essencial para gerar conhecimento com fins de elaboração de estratégias de Comunicação Pública.

Em variadas visadas – comumente focando em setores do governo, as pesquisas têm apresentado resultados que apontam que os processos de Comunicação Pública apresentam, em geral, ganhos com o uso das redes sociais, principalmente no que respeita a possibilidade de interação entre cidadãos e entidades dos governos. No entanto, as pesquisas indicam que há muitas limitações nos modelos adotados, predominantemente descendentes, subutilizando os potenciais de interação propiciados pelas redes.

O uso de inteligência artificial por meio de robôs em plataformas digitais e na conversação com usuários nas redes sociais é, para além de uma tendência, uma recente realidade. Isso também vem sendo utilizado em torno de questões públicas. É o que discutiremos a seguir, com alguns exemplos.

3.1.2.4. Bots e chatbots – A comunicação automatizada

Falar em *bots* e contribuição para Comunicação Pública pode parecer contraditório, devido ao largo uso de robôs para processos de desinformação na sociedade. No entanto, variadas iniciativas têm lançado mão dos recursos da inteligência

artificial para automatizar comandos de ações que possam contribuir com o debate público.

Um *bot*, abreviação de *robot*, pode ser entendido como um agente inteligente em formato de software voltado a automatizar tarefas, executa processos repetidos sem necessidade de interferência humana, conversando e atendendo pessoas (PINTO *et al.*, 2018).

Apesar de não consistirem uma novidade técnica e estarem presentes desde o início da internet, na forma de rastreadores para os primeiros motores de busca, foram nos últimos anos que seu uso foi disseminado devido a uma conjuntura de fatores como algoritmos de inteligência artificial industrializáveis (LEFEBVRE, 2017).

A década de 2010 concentra as pesquisas acadêmicas relacionadas a *social bots*, os *bots* usados em redes sociais, a reboque dos impactos gerados por essa tecnologia. As produções provêm de diferentes campos do conhecimento, com quase 18% na área da Comunicação (BARBOSA, 2018).

São os robôs sociais (*social bots*) “contas controladas por software que geram artificialmente conteúdo e estabelecem interações com não robôs” (RUEDIGER, 2017, p. 9) e que buscam imitar o comportamento humano.

Muito comum em mensageiros de redes sociais, os robôs sociais assumem frequentemente a forma de *chatbots*, que Ruediger (2017) resume como sendo chats operados por robôs. Pinto *et al.* (2018) delimitam o termo *chatbots*:

Chatbot é um programa de computador que tenta simular um ser humano na conversação por escrito com as pessoas. O objetivo é responder as perguntas de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estarem conversando com outra pessoa e não com um programa de computador (PINTO *et al.*, 2018, p. 36).

Os *bots* têm sido utilizados por empresas para automatizar atendimentos, por jornalistas e mídia alternativa, assumindo diversos fins, mas foi seu uso para impulsionar processos de desinformação na rede que marcaram o termo. Ruediger (2017) alerta o crescente uso de *bots* para fins maliciosos:

Com este tipo de manipulação, os robôs criam a falsa sensação de amplo apoio político a certa proposta, ideia ou figura pública, modificam o rumo de políticas públicas, interferem no mercado de ações, disseminam rumores, notícias falsas e teorias conspiratórias, geram desinformação e poluição de conteúdo, além de atrair usuários para links maliciosos que roubam dados pessoais, entre outros riscos (RUEDIGER, 2017, p. 9).

Mas, como dissemos, *bots* e *chatbots* têm sido utilizados para fins diversos. Cádima (2015) fala em *bad bots* e *good bots*. Enquanto os *bad bots* são responsáveis por grande parte dos riscos à segurança de dados na Internet, os *good bots* são as “abelhas operárias da Internet que contribuem decisivamente para o seu controlo e para o seu crescimento” (CÁDIMA, 2015, p. 206).

Entre eles, alguns foram desenvolvidos com foco em ações de promoção da cidadania, esclarecer dúvidas sobre serviços e, em meio à pandemia do novo Coronavírus, alguns têm servido para levar informações de saúde pública. *Bots* também têm sido desenvolvidos para facilitar o percurso de usuários em conteúdos de interesse público ou mesmo para fazer pedidos na Lei de Acesso à Informação. Algumas dessas experiências iremos explorar a diante.

Mas, sem dúvida, é um grande desafio pensar em contribuições possíveis a partir de redes sociais, aplicativos móveis ou *bots*, dado o ecossistema de desinformação que se instalou junto a esses espaços. No entanto, não vislumbrar caminhos ante a pervasividade que as conexões em rede assumiram na vida contemporânea, seria se render ao modelo instaurado.

Ainda que o objetivo seja o de resistência às plataformas, se não acompanhado de um movimento consistente e global, a não proposição de alternativas viáveis presta-se menos a impactar as grandes companhias e mais a deixar campo aberto a práticas intransigentes, antidemocráticas, desinformativas e repletas de discursos de ódio.

Ao menos no retrato atual, apontar caminhos traçados e possíveis, percorridos junto às redes sociais, a aplicativos móveis e, mais recentemente, às comunicações automatizadas que se proliferam, é a postura que parece ser mais coerente. Esse é um dos nossos intentos nesta pesquisa.

3.2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO: EXPERIÊNCIAS NO BRASIL E NO MUNDO

A partir da compreensão da Comunicação Pública e das características e impactos que as redes digitais trouxeram para a realidade contemporânea, tanto no que tange à tecnologia quanto à inovação, em um contexto de esfera pública midiaticizada, seguimos neste tópico alinhando as discussões por meio de alguns exemplos práticos. Fizemos uma

segmentação inicial de iniciativas categorizando-as pelos seus promotores e, em seguida, detalhamos experiências que utilizam aplicativos, redes sociais e robôs.

3.2.1. Estado

Como representantes do poder do Estado, entidades dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário têm desenvolvido no mundo todo ações que aliam tecnologia a políticas de cidadania, participação e interesse público, favorecendo a Comunicação Pública junto às sociedades onde estão inseridas.

Desde práticas de orçamento participativo, a plebiscitos, fóruns, ouvidoria, passando por acesso à informação, diferentes modelos têm sido apoiados, cada vez mais, em tecnologias digitais em rede. Isso se dá em boa parte em atenção à adesão da população e aos recursos da mobilidade propiciados pelos dispositivos móveis. Com isso, o uso de aplicativos e a presença em redes sociais tem sido alvo de atenção de governos em todo o mundo, buscando maior proximidade com os cidadãos.

A busca por mais transparência, participação e acesso a informações de interesse público condensam os focos de boa parte das iniciativas governamentais focadas em tecnologia para cidadania. Plataformas de transparência de dados, legislação participativa, deliberação e tomada de decisão participativa, plataformas de petição, serviços ao cidadão e sistemas de votação on-line estão entre as principais práticas adotadas (PEREIRA JUNIOR, 2017).

Dirigir-se aos cidadãos e incorporar diretamente o feedback na detecção de ideias e soluções evoluiu para ser um método amplamente aceito no desenvolvimento urbano. Votações on-line e desafios premiados são instrumentos úteis para resolver os problemas de governos e gestões (BRIA *et. al*, 2015, p. 29, tradução nossa)²².

Entre iniciativas governamentais baseadas em tecnologias digitais alinhadas à Comunicação Pública, podemos citar as estruturas parlamentares para desenvolver ideias cidadãs – como o *Korea's Tribunes Plebis*, comitê de legisladores da Coreia do Sul para incluir ideias dos cidadãos na legislação e, nos Estados Unidos, são exemplos os espaços

²² Tradução nossa. No original: Addressing citizens and incorporating direct feedback in detecting ideas and solutions has evolved to be a widely accepted method in urban development. Online voting and challenge prizes are helpful instruments for solving the problems of governments and administrations (BRIA *et. al*, 2015, p. 29)

abertos para responsabilizar membros do governo executivo, como assembleias populares on-line do governo Obama (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010).

Entre projetos de Governo Aberto, também a plataforma DemocracyO86 desenvolvida pela organização sem fins lucrativos Democracia en Red, com sede na Argentina, é outro exemplo (PEREIRA JUNIOR, 2017).

Segundo Goldstein e Dyson (2013), o aumento de dados abertos no setor público gerou inovação, impulsionou a eficiência e abasteceu o desenvolvimento econômico nos Estados Unidos, sendo que muitas iniciativas locais seguiram a tendência de grandes projetos federais como o programa de governo aberto da Casa Branca, o White House's Open Government Initiative.

Para Lima (2017), os aplicativos móveis estão entre soluções que têm surgido para aprimorar a interação entre governos e cidadãos, seja para a oferta de serviços educacionais ou informacionais, interativos, transacionais ou para a governança e engajamento cívico.

Diversos países reúnem em sites oficiais governamentais uma compilação de aplicativos relacionados à promoção da cidadania, em diversas facetas, como os portais oficiais do governo americano, francês e alemão. Nos Estados Unidos, o site do governo reúne centena de aplicativos destinados aos cidadãos com serviços como consulta de leis, documentos públicos e o orçamento do governo, busca de empregos, informações e serviços de saúde e educação. Na França e na Alemanha também há centenas de aplicativos móveis aos cidadãos europeus divulgados nas páginas dos respectivos governos, visando facilitar a prestação de serviços públicos e disponibilizar informações nas mais diversas áreas (LIMA, 2017).

No Brasil, o Guia de Aplicativos do Governo Federal reúne aplicativos do Executivo, Legislativo e Judiciário e da sociedade civil relacionados a diversos serviços e temas. No entanto, não há diretrizes específicas para o desenvolvimento dos aplicativos governamentais no Brasil nem avaliação sistemática dos resultados (LIMA, 2017).

No âmbito do Poder Judiciário, um projeto do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, da Justiça do Trabalho de São Paulo, ganhou repercussão e foi premiado por usar as redes sociais para aproximar o público de informações e conceitos relacionados a direitos trabalhistas.

A área de comunicação da instituição criou um personagem, a Justina Labor da Silva, que ganhou um perfil no Facebook para divulgar suas “informações pessoais”. Durante o ano de 2016, desenrolou-se a história de Justina, que começa como Jovem

Aprendiz, passa a ser estagiária, empregada e desempregada, até ser gestora de uma grande empresa. Em todas as fases ela expõe as “andanças e as dúvidas” ligadas a direitos do trabalho e à prestação de serviços da Justiça Trabalhista (TRT-SP, 2016;).

A experiência premiada e que virou livro, alcançou milhares de pessoas no Brasil e no exterior por meio de 350 publicações com textos, imagens e vídeos. Diversos depoimentos disponíveis na página da personagem, ainda no ar, relataram aprendizado em torno dos direitos trabalhistas. Uma iniciativa que aliou inovação e tecnologias digitais, lançando mão de variados recursos técnicos e que corresponde a fundamentação de preceitos e práticas de Comunicação Pública.

Outro exemplo de personagem criado para prestar informações ao cidadão, mais este um *chatbot*, é a Cida, robô criado pela Controladoria-Geral da União que busca ajudar cidadãos a encaminhar denúncias e reclamações ao governo federal. O processo é realizado de maneira privada pelos mensageiros Messenger do Facebook e Telegram. A Cida é vinculada ao *E-Gov*, que integra a plataforma **Fala.BR**, também da CGU, que forma nosso corpus de análise.

Menos ligadas à comunicação e mais a trâmites internos, o Tribunal de Contas da União (TCU) trabalha com Alice, Sofia, Monica e Adele, robôs que automatizam processos e evitam irregularidades.

Alice foi criada em 2017 em conjunto com a Controladoria-Geral da União para analisar de forma automatizada editais de licitação, buscando identificar inconsistências ou irregularidades. O nome vem das iniciais de Análise de Licitações e Editais. Sofia é o outro nome do Sistema de Orientação sobre Fatos e Indícios para o Auditor. Trata-se de uma tecnologia para apoiar auditores na elaboração de documentos de controle externo, apontando legislações e possíveis erros.

Monica é um robô que realiza o monitoramento para o controle de aquisições. Trata-se de um painel que reúne todas as compras públicas, incluindo contratações diretas e as provindas de inexigibilidade de licitação. A Análise da Disputa em Licitações Eletrônicas deu origem à Adele, que apresenta em um painel detalhes de pregões eletrônicos, com filtros que possibilitam análises cronológicas e informações acerca das empresas participantes.

Trata-se de experiências pautadas em inteligência artificial que automatizam processos em favor da legalidade e da coibição de atos irregulares na Administração Pública. Dessa forma, são contribuições efetivas para a sociedade em geral.

3.2.2. Sociedade Civil

No que se refere à sociedade civil, as diferentes formas organizativas (SCHERER-WARREN, 2006) têm se mobilizado em torno de iniciativas apoiadas em tecnologias digitais voltadas à participação, ao interesse público e à cidadania.

Entre as diferenças das iniciativas governamentais e as que partem da sociedade civil reside o fato de que projetos da sociedade civil tendem a ser mais disruptivos, com táticas e de usos imprevisíveis das tecnologias digitais (GORDON; WALTER, 2016).

Um exemplo é o aplicativo Mudamos, uma iniciativa do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio), instituto de pesquisa independente e sem fins lucrativos. O projeto foi criado em 2014 e busca coletar assinaturas eletrônicas em projetos de lei de iniciativa popular, propondo revolucionar a relação entre eleitores e seus representantes. O projeto se apresenta como uma plataforma digital de construção coletiva e democrática de soluções para desafios de interesse público (MUDAMOS, 2018).

A organização sem fins lucrativos Open Knowledge Foundation promove a cultura de dados abertos e transparência de dados junto à sociedade civil em diversos países. Um exemplo de projeto apoiado pela organização é o CKAN, a maior plataforma global de dados abertos, utilizada por países como EUA, Reino Unido, Holanda, Áustria e Brasil (PEREIRA JUNIOR, 2017).

No Brasil, a organização apoia diferentes projetos. Com foco em permitir aos cidadãos paulistas comentarem sobre projetos de lei em tramitação na Câmara Municipal de São Paulo, a Open Knowledge Brasil desenvolveu o aplicativo Eu Voto. O aplicativo disponibilizou textos em linguagem simplificada sobre projetos de lei e um vídeo do vereador autor da matéria. Os participantes poderiam selecionar as opções “Sim”, “Não” ou “Abstenção” para cada projeto, além de permitir comentários. A plataforma está atualmente indisponível.

Também nacionalmente, a instituição é apoiadora e financiadora de projetos como Perfil Político, plataforma para comparar e conhecer o histórico dos candidatos nas eleições; o projeto Queremos Saber, que permite aos cidadãos fazer pedidos, via Lei de Acesso à Informação, sem revelar sua identidade, e ainda do projeto Gastos Abertos, que visa promover educação sobre a transparência do orçamento público das cidades

brasileiras e desenvolveu o robô Guaxi, um *chatbot* para dar assistência aos usuários para acessar a página do projeto e fazer pedidos na Lei de Acesso à Informação.

A robô Rosie foi desenvolvida pela iniciativa **Serenata do Amor** e conta com apoio da OKBR. O projeto analisa pedidos de reembolsos de verba parlamentar no Brasil e divulga operações suspeitas em uma conta no Twitter. A iniciativa compõe nosso *corpus* de análise e será detalhada no capítulo de Análise.

3.2.3. Mercado

Segundo Bignetti (2011), entre os intervenientes de uma inovação social estão empreendedores sociais, agentes governamentais, empresários e empresas, organizações não governamentais, trabalhadores sociais, representantes da sociedade civil, movimentos, comunidades e beneficiários.

O avanço e amadurecimento de políticas de transparência governamental pode repercutir também na organização da sociedade civil em torno de políticas e estratégias de transparência nas empresas. “Empresas também precisam ser transparentes e responsáveis em relação ao seu impacto social e o seu benefício público” (PEREIRA JUNIOR, 2017, p. 110).

Diversas iniciativas têm sido desenvolvidas por empresas comerciais relacionadas à formação cidadã e à promoção de práticas democráticas, mas a grande maioria dessas experiências são promovidas por empresas que têm em tais iniciativas o seu negócio. É o caso de projetos como o Vote na Web e o Reclame Aqui (PEREIRA JUNIOR, 2017) e, mais recentemente, do App Cívico.

O projeto Vote na Web foi desenvolvido pela empresa comercial Webcitizen e é voltado à publicização dos projetos de lei do Congresso Nacional do Brasil, tendo como missão explícita a de fortalecer a democracia no mundo. Por meio de uma página na internet, a iniciativa apresentava um breve resumo e permitia ao usuário votar se concordava ou não com os projetos. O Vote na Web está atualmente indisponível.

O Reclame Aqui foi criado em 2001, em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, pelo consultor Maurício Vargas após problemas com uma companhia aérea. Dezoito anos depois, tem mais de 600 mil acessos por dia de consumidores para pesquisas sobre produtos, empresas e instituições públicas. Apresenta como missão melhorar o relacionamento entre fornecedores e clientes, de forma transparente e colaborativa.

Também com foco no relacionamento, a empresa App Cívico tem como clientes fundações, institutos, universidades, partidos políticos, organizações do terceiro setor, empresas, políticos em campanha ou em mandato, e demonstra que o desenvolvimento de aplicativos e programas em geral com enfoque na cidadania forma um nicho de negócio diversificado e em ascensão. O grupo afirma promover e fortalecer relacionamentos entre organizações e seus públicos.

O mundo está conectado, mas apenas o contato não é o suficiente. É necessário promover o relacionamento, identificando o interesse real do seu público com conhecimento e estratégia. O App Cívico ajuda lideranças e organizações na estruturação de sua base de contatos de maneira inteligente. Integramos as melhores soluções do mercado e oferecemos automações para fortalecer essas relações (APP CÍVICO, 2019).

Muito menos comum são ações desenvolvidas por empresas cujo negócio não tenha nenhuma relação com o tema e sejam focadas, em alguma dimensão, na construção da cidadania por meio da tecnologia. Causas ambientais, educacionais e sociais – que também estão relacionadas à Comunicação Pública, são mais comuns.

Em 2019, a Fundação Itaú Social, do Banco Itaú, distribuiu livros do projeto “Leia para uma criança” em versão digital por um número de WhatsApp de forma automatizada. Na área de combate à desinformação, tendo sido vastamente utilizadas para propagar práticas de desordem da informação, diferentes plataformas comerciais implementaram iniciativas para barrar ou minimizar tais ações. O Facebook firmou parceria com agências de checagem e desenvolveu *chatbots* para informar que determinados conteúdos estavam classificados como falsos, no âmbito das eleições para presidente do Brasil, em 2018.

Buscando atuar de forma direta na promoção da cidadania, o projeto “**Guia do Voto**”, criado pelo grupo Votorantim visa prestar informações sobre eleições e cidadania. “Aqui você tem acesso a informações importantes sobre as eleições e exercita a cidadania numa jornada preparada para ajudar você a fazer suas escolhas” (VOTORANTIM, 2018). O projeto é um dos que formam nosso *corpus* de análise nesta pesquisa e será mais detalhado adiante.

3.3. Considerações sobre a construção teórica

Com base na literatura nacional e internacional sobre o tema, pudemos identificar marcos teóricos e práticos que ajudaram na configuração do entendimento

contemporâneo da Comunicação Pública como uma comunicação centrada no cidadão, que se dá no espaço público promovida por diferentes atores e baseada em preceitos como participação, interesse público e cidadania.

Pudemos ainda compreender práticas antagônicas à Comunicação Pública promovidas em regimes não democráticos e seus reflexos para os tempos atuais. Também, como a postura de regimes autoritários e fascistas do século XX repercutiram na compreensão da comunicação enquanto direito de todos, que depende do fortalecimento de práticas democráticas para avançar.

As discussões levantadas propiciam melhor entendimento de que a Comunicação Pública é um processo comunicacional abrangente, não restrito a determinados atores ou segmentos da sociedade e com preceitos consistentes que se ligam à coletividade.

Com a abordagem do espaço público midiaticizado avançamos no sentido de compreender caracteres da sociedade contemporânea cuja comunicação ocupa centralidade nos processos sociais. Com base em estudos recentes sobre os impactos das novas tecnologias na sociedade, discutimos práticas de oligopólios, extração de dados e vigilância, apontando que os principais autores que trabalham os temas atualmente se dedicaram também a identificar saídas para garantias democráticas.

Como assumimos possíveis alternativas de uso das tecnologias para práticas de incremento à cidadania, sem desprezar uma perspectiva que pesa a racionalidade neoliberal prevalente na rede, os estudos relacionados no Capítulo 2 permitiram maior embasamento para tal postura investigativa.

Alcançamos também o entendimento de quais recursos técnicos e funcionalidades caracterizam a comunicação móvel e configuram as principais práticas interacionais contemporâneas. Os estudos dos usos e apropriações sociais relacionados aos recursos técnicos abordados nos propiciaram melhor compreensão de como processos inovativos aliados às tecnologias desembocaram em práticas de mudança social e de favorecimento da cidadania.

A partir do arcabouço teórico que construímos, identificamos práticas nacionais e internacionais baseadas na tecnologia com fins de incremento da cidadania. Alinhando com nosso ponto de partida da perspectiva comunicacional, pudemos compor o *corpus* de análise e definir as estratégias metodológicas que melhor se enquadram para alcançar os resultados esperados.

Tendo apresentado algumas iniciativas desenvolvidas no Brasil e no mundo, passaremos a detalhar a proposta de aplicação empírica desta pesquisa, que abrange os

projetos Fala.BR, da Controladoria-Geral da União, Serenata de Amor, da Open Knowledge Brasil, e Guia do Voto, da empresa Votorantim que compõem nosso *corpus* de análise.



PARTE 2



PROCEDIMIENTOS
METODOLÓGICOS

4. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS E DESCRIÇÃO DO *CORPUS*

A Parte 2 desta pesquisa – Procedimentos Metodológicos – concentra todos os métodos e técnicas utilizados para analisar nossos objetos de estudo: o Projeto Fala.BR; o Projeto Guia do Voto; e a Operação Serenata do Amor. Este curto capítulo, sintetiza as estratégias e referenciais metodológicos. Os capítulos seguintes exploram essas estratégias e apresentam, de modo pormenorizado, toda a análise desenvolvida.

Apresentamos a seguir as estratégias metodológicas que adotamos para alcançar o nosso objetivo de compreender lógicas por trás de políticas e técnicas adotadas em experiências que partem de diferentes atores sociais com o propósito de incremento à cidadania e estão apoiadas em tecnologias digitais. Partimos de uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas Ciências Sociais, que é o Estudo de Caso (YIN, 2010; GIL, 2010) e, como largamente recomendado pelos principais autores, adotamos uma triangulação metodológica, pautada em Observação, Análise de Conteúdo e Pesquisa Bibliográfica e Documental, além de um questionário que foi aplicado junto aos representantes da área de Comunicação dos projetos analisados, como aprofundamos a seguir.

4.1. ESTUDO DE CASO

Segundo Yin (2010), a definição de um método se baseia em três condições: tipo de questão de pesquisa, extensão de controle que o pesquisador tem sobre eventos comportamentais efetivos e grau de enfoque em acontecimentos históricos em oposição a acontecimentos contemporâneos. Para Estudos de Caso, o autor recomenda pesquisas que se voltam a questões mais explanatórias do tipo “como” e “por que”, tal qual esta pesquisa; que não exijam controle sobre eventos comportamentais e que focalize acontecimentos contemporâneos, quando os comportamentos relevantes não podem ser manipulados – o que também se aplica a esta pesquisa.

Conforme Gil (2010, p. 37), o Estudo de Caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de forma a permitir seu amplo e detalhado conhecimento. Adotamos o Estudo de Casos Múltiplos com unidades múltiplas de análise, buscando alcançar, ao final da pesquisa, uma possível generalização analítica –

partindo de um conjunto particular de resultados para uma teoria mais abrangente, como um estudo de caso é passível de propiciar.

Nosso estudo enquadra-se na definição de casos múltiplos integrados, em que cada estudo de caso individual pode incluir a coleta e análise de dados quantitativos, incluindo levantamentos que compõem parte dos achados para cada caso. Por se buscar uma generalização analítica e não estatística, os estudos de caso não devem se basear em unidades de amostragem (YIN, 2010).

O estudo de caso deste trabalho é segmentado em cada um dos três campos de atores que constituem o campo da Comunicação Pública, configurando um estudo de casos múltiplos contrastantes, mas para razões previsíveis (YIN, 2010). As razões são justamente o campo inserido e as respectivas peculiaridades que cada organização carrega. Compõem esta investigação: o Projeto Fala.BR, do governo federal, desenvolvido pela Controladoria-Geral da União, ente do Estado; Projeto Guia do Voto, da empresa Votorantim, empresa privada do âmbito do mercado; e Operação Serenata de Amor, da Open Knowledge Brasil, organização da Sociedade Civil. A figura a seguir representa os objetos de pesquisa:

Figura 3: Experiências selecionadas para Estudo de Caso



Fonte: Elaboração própria

As experiências foram selecionadas após Pesquisa Exploratória em projetos de tecnologia para cidadania citados em Teses, Dissertações e artigos utilizados na pesquisa bibliográfica; Guia de Aplicativos do Governo Federal; repercussão na imprensa, e motor de buscas do Google. As três iniciativas selecionadas foram alvo de pouca ou nenhuma pesquisa científica até o momento. As pesquisas acadêmicas encontradas, compõem nossa Revisão Bibliográfica sobre cada projeto.

Os projetos governamentais e da sociedade civil foram selecionados conforme abrangência e adesão ao tema. Foram selecionadas as experiências citadas nos bancos acima mencionados que tinham como foco a cidadania e elencadas por prioridade as que apresentaram maior enfoque no uso de tecnologias digitais. O Fala.BR despontou pela temática e pela utilização do chatbot Cida, enquanto a Operação Serenata de Amor foi selecionada pelo uso do robô Rosie.

O projeto da iniciativa privada foi selecionado devido a ser o único identificado que poderia se encaixar no escopo do trabalho. Identificamos outras poucas experiências relacionadas em pesquisas anteriores, com destaque para os que constam na tese de Pereira Júnior (2017), mas se tratava de projetos diferentes do enfoque, desenvolvidos por empresas da área da tecnologia cívica. O Guia do Voto foi o que mais se aproximou do tema da pesquisa.

Como um dos objetivos é compreender pelas lentes da Comunicação Pública, lógicas por trás de políticas e técnicas adotadas em experiências que partem de diferentes atores sociais com o propósito de incremento à cidadania e estão apoiadas em tecnologias digitais, entendemos que no caso da iniciativa privada se fazia importante que se tratasse de uma empresa comercial cujo ramo de serviço fosse diverso ao de comunicação – o que exclui empresas de mídia, que se constitui um ator que se relaciona aos três âmbitos estudados –, bem como que não prestasse serviços relacionados diretamente a plataformas de cidadania, como o Vote na Web e o Reclame Aqui (PEREIRA JUNIOR, 2017).

Conforme Yin (2010), uma ampla variedade de fontes de evidência é a principal força do estudo de caso. Para o autor, múltiplas fontes de evidência devem fazer os dados convergir de maneira triangular e beneficia-se do desenvolvimento anterior das proposições teóricas para orientar a coleta e a análise de dados. Segundo Gil (2010), a maioria dos Estudos de Caso bem conduzidos baseia a coleta de dados em Entrevistas, Observação e Análise de Documentos.

Nossa pesquisa adota as três modalidades, com algumas adaptações de forma que a triangulação metodológica e as múltiplas fontes de evidência atendam aos objetivos

propostos. As técnicas são trabalhadas e inseridas seguindo a lógica de investigação por três perspectivas de análise: Atores, Técnicas e Políticas, conforme vemos a seguir.

4.1.1. Atores

Em uma primeira etapa, abordamos cada iniciativa a partir de seus Atores, a partir de Pesquisa Bibliográfica e de Pesquisa Documental (GIL, 2010), tendo como fontes documentos, relatórios e informações disponíveis nos sites oficiais das organizações, cruzando com materiais divulgados na imprensa e em outros sites referentes às organizações e projetos pesquisados. Fazemos uma descrição institucional dos promotores das experiências, seus objetivos e o contexto em que estão inseridos, passando a uma apresentação e descrição dos projetos em si.

4.1.2. Técnicas

Tendo em vista nosso objetivo de conhecer os recursos de tecnologia móvel e de inovação empregados nas iniciativas analisadas e relacionar semelhanças e diferenças entre elas, realizamos uma análise das funcionalidades *mobile* e das características da comunicação em rede de cada projeto.

Para esta etapa, adotamos a técnica da Observação Sistemática (GIL, 2010), adaptada ao ambiente on-line. Conforme o autor, a modalidade sistemática de observação deve ser adotada quando o pesquisador sabe quais os aspectos da organização são significativos para alcançar os objetivos pretendidos e é adequada para estudos de caso descritivos.

Nesta pesquisa, adotamos a observação de funcionalidades e características próprias do ambiente *mobile* e em rede, pautando-nos tanto no aporte teórico utilizado, com destaque para Palácios (2012), Palácios *et al.* (2015) e Canavilhas (2015), quanto em proposições empíricas, principalmente Palácios (2011) e Cunha (2017), como também em taxonomias validadas, sobretudo de Empinotti (2020). Todas as categorizações foram adaptadas ao nosso objeto, com eliminações e acréscimos conforme necessidades para atendimento ao escopo e objetivos da investigação, sempre com apontamentos e justificativas.

4.1.3. Políticas

Com o fim de identificar e analisar políticas e práticas de CP adotadas por organizações de diferentes âmbitos da sociedade, bem como apontar formas de materialização de preceitos e fundamentos da Comunicação Pública, lançamos mão de Pesquisa Bibliográfica e Documental e da Análise de Conteúdo.

A Pesquisa Bibliográfica e Documental nos foi útil para conhecer mais sobre as organizações e as experiências por elas desenvolvidas que são objeto desta pesquisa, especialmente com enfoque no aspecto comunicacional. A partir de pesquisas em bancos de teses e dissertações, pesquisa no Google Acadêmico e em bancos de pesquisas das iniciativas analisadas identificamos dissertações e artigos acadêmicos de diferentes áreas, que foram fonte para uma discussão acerca da dimensão comunicacional das experiências.

Realizamos ainda questionário com as organizações participantes. Foram realizadas dez perguntas por escrito aos representantes da área de comunicação da CGU, da Votorantim e da OKBR, relacionadas ao desenvolvimento das experiências analisadas. Foi dado um prazo de 15 dias à cada organização. A OKBR retornou com o formulário preenchido em quatro dias após o envio, enquanto com a CGU foi negociado um prazo maior e recebemos o retorno no prazo de 1 mês.

Com o Grupo Votorantim não recebemos retorno, apesar das constantes tratativas e sem haver qualquer negativa por parte da organização para participação na pesquisa. Dessa forma, foram utilizados os dois questionários respondidos para Análise de Conteúdo e a ausência do questionário da Votorantim foi parcialmente suprida por substituição com o documento Guia do Voto, que traz detalhes sobre a experiência.

Assim, para aprofundarmos nas políticas institucionais e formas de materialização de preceitos e fundamentos da Comunicação Pública, optamos pelo método da Análise de Conteúdo (AC), apoiando-nos principalmente nas definições de Laurence Bardin (2009).

Conforme a autora, a Análise de Conteúdo é um instrumento polimorfo e polifuncional, e pode ser definida atualmente como “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2009, p. 11).

Presente desde as primeiras pesquisas de comunicação até as mais recentes investigações relacionadas a novas tecnologias, a Análise de Conteúdo demonstra ser uma técnica de grande capacidade de adaptação aos desafios emergentes (FONSECA JUNIOR, 2005).

No próximo tópico, apresentamos o nosso *corpus* de análise, descrevendo as experiências analisadas.

4.2. DESCRIÇÃO DO *CORPUS*: AS EXPERIÊNCIAS ANALISADAS

Neste tópico, introduzimos as experiências que formam o *corpus* deste trabalho a partir de uma análise descritiva de cada uma: Fala.BR, Operação Serenata de Amor e Guia do Voto. Os questionários utilizados em cada uma das entrevistas integram elementos para a análise descritiva das iniciativas em questão, bem como depois foram utilizados para Análise de Conteúdo. Essa primeira apresentação dará base para as próximas análises e discussões dessas iniciativas a partir de seus Atores, das Técnicas utilizadas, com enfoque para a comunicação *mobile*, e, enfim, das Políticas relacionadas ao contexto da Comunicação Pública.

4.3. FALA.BR

O Fala.BR é uma plataforma digital de comunicação da sociedade com a Administração Pública lançada em 1º de agosto de 2019, e que reúne duas iniciativas anteriormente implementadas pelo governo federal – o Sistema de cadastro da Lei de Acesso à Informação, o e-SIC, de 2012, e o Sistema de Ouvidorias Nacional, o e-OUV, de 2014, ambos sob a responsabilidade da Controladoria-Geral da União.

A iniciativa busca conformidade com a Lei de Acesso à Informação²³, de 2011, que entrou em vigor em 16 de maio de 2012, e com o Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos²⁴, que entrou em vigor em 17 de junho de 2019, e atende a uma série de outras normativas e documentos legais²⁵.

²³ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12527.htm

²⁴ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13460.htm

²⁵ A plataforma tem embasamento jurídico ainda nas seguintes legislações; Lei 13.726, de 8 de outubro de 2018; os Decretos nº 7.724/2012 e nº 9.690/2019, de regulamentação da LAI; o Decreto nº 9.492/2018, de 5 de setembro de 2018 – que estabelece tipos de manifestação utilizados no Poder Executivo

Figura 4: Página inicial do Fala.BR



Fonte: Captura de Tela, capa do Fala.BR no smartphone (à esquerda) e no notebook (à direita)

No Fala.BR são sete campos de serviços oferecidos pela plataforma. É possível realizar pedidos de acesso à informação; denúncias, elogios, reclamações relacionadas à Administração Pública; sugestões para desburocratização do serviço público; solicitação de um atendimento ou serviço e outras sugestões para melhoria de serviços públicos.

Em entrevista, como resposta à pesquisadora, a CGU define:

A Plataforma Fala.BR é uma ação integrada da CGU, que busca criar um ambiente seguro e acessível para o exercício dos direitos previstos no art. 37, §2º da Constituição Federal, relacionados à participação, ao controle social e ao acesso à informação – criando informações relevantes, tempestivas e oportunas para que a gestão pública possa estar em constante processo de aprimoramento, quer no que se refere ao aperfeiçoamento de políticas e serviços públicos, quer no que se refere à integridade de suas ações (CGU, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

Segundo informações no site da CGU e do questionário respondido pela instituição, a integração do e-SIC e do e-OUV, que já é uma realidade no Fala.BR, está sendo aprofundada, de modo que resulte em uma plataforma totalmente unificada e integrada. Ainda que reunidos na plataforma, o e-SIC ainda é mantido também de forma independente, isto é, pode ser acessado diretamente²⁶, o que não ocorre com o e-OUV, que somente pode ser acessado via Fala.BR.

Federal; a Instrução Normativa IN/OGU nº 05/2018, e o Decreto nº 9.094/2017, que dispõe sobre a simplificação do atendimento prestado aos usuários dos serviços públicos. Disponível em: <http://wiki.cgu.gov.br/wiki/index.php/E-Ouv>. Acesso em 06 de mai. de 2020.

²⁶ <https://esic.cgu.gov.br/sistema/site/index.aspx>

A plataforma tem como área técnica responsável pelo seu desenvolvimento a Coordenação-Geral de Sistemas de Informação da Diretoria de Tecnologia da Informação da CGU em parceria com a Ouvidoria-Geral da União (OGU), área de negócio interna gestora do sistema.

Para entender o Fala.BR, é preciso, antes, compreender, ao menos em linhas gerais, o e-SIC e o e-OUV, já que a plataforma unifica os dois sistemas e acresce outras possibilidades aos cidadãos.

O e-SIC é o Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão. Foi lançado em 16 de maio de 2012, mesma data que a Lei de Acesso à Informação (Lei nº. 12.527, de 18 de novembro de 2011) entrou em vigor no país, sancionada pela então presidente Dilma Rousseff. A iniciativa permite a qualquer pessoa, física ou jurídica, encaminhar pedidos de acesso à informação a órgãos e entidades do poder Executivo Federal, por meio dessa porta única.

Apesar de previsto na Constituição de 1988, o acesso a informações públicas no país não tinha sido regulamentado até 2011, enquanto diversos outros países vinham trabalhando com legislações específicas que garantiam mais transparência e mais acesso a informações. Desde a Lei de Imprensa sueca, de 1776 a diversas outras legislações, regulamentações ao acesso à informação foram implementadas – desde Finlândia e Dinamarca, nas décadas de 1960 e 1970, à Libéria, Nigéria e Tunísia, na década de 2010, período em que se inclui a lei brasileira.

Sob críticas e aprovações, a Lei de Acesso à Informação no Brasil chega atrasada, mas evidencia normativamente que as informações públicas constituem um bem público e que, portanto, pertencem à sociedade e todo cidadão deve ter o direito de acessá-las. Para a Comunicação Pública, o acesso é um ponto central para garantir ao cidadão o direito à informação e, adjunto a ele, a possibilidade de interlocução, de diálogo e de participação.

Para fornecer novas formas de acesso à informação, a tecnologia se mostrou como uma forte aliada no mundo todo. No Brasil, além do pedido, é possível acompanhar o andamento e receber a resposta à solicitação. O sistema ainda fornece relatórios estatísticos dos pedidos de acesso à informação e possui links que direcionam para o portal da Lei de Acesso à Informação, com conteúdos diversos referentes à LAI, incluindo direcionamentos para buscas de pedidos e respostas.

No Fala.BR, além da disponibilidade de fazer pedidos de informações públicas, que dizem respeito ao e-SIC, os usuários podem realizar denúncias, reclamações,

sugestões, solicitações e elogios a órgãos públicos. Essas funcionalidades estão ligadas ao e-OUV, o sistema de ouvidorias nacional lançado em 2014 e atualmente utilizado tanto por ouvidorias de órgãos federais quanto por ouvidorias estaduais e municipais, pois desde 2017 foi desenvolvido o e-OUV Municípios, que atua de forma integrada à plataforma nacional.

A partir de maio de 2019 a adoção do e-OUV passou a ser obrigatória para órgãos e entidades da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional, para empresas estatais que recebam recursos do Tesouro Nacional e para estatais que prestem serviços públicos.

Outros órgãos e entidades dos estados, municípios, do Distrito Federal e dos demais poderes podem utilizar o Fala.BR mediante adesão à Rede Nacional de Ouvidorias. Até junho de 2020, 335 unidades de ouvidorias federais, 368 estaduais e 1.548 municipais utilizam a plataforma Fala.BR (CGU, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

Além do Fala.BR, as manifestações direcionadas a ouvidorias podem ser feitas de forma presencial pelo cidadão, por carta ou por telefone, de acordo com a disponibilidade da ouvidoria solicitada e das necessidades do usuário. Mas, todas as manifestações direcionadas à esfera federal devem ser registradas no Fala.BR.

Desde 2016, o e-OUV é integrado com a plataforma Reclame Aqui, assim, reclamações referentes a órgãos ou entidades públicas registradas no portal Reclame Aqui são, automaticamente, registradas no sistema. A ouvidoria a que compete o tema registrado no Reclame Aqui recebe a demanda do cidadão e deve respondê-la de acordo com as regulamentações existentes. Quando a resposta é dada pelo órgão solicitado, automaticamente o retorno à manifestação é registrado também no portal Reclame Aqui.

Além do Reclame Aqui, outras plataformas estão integradas ao Fala.BR. Em questionário respondido à pesquisadora, a CGU menciona: ParticipACT; TádePé?; Aplicativo Programa Avançar; *Chatbot* CGU Facebook; *Chatbot* CGU Telegram; Todxs; Aplicativo Desenvolve Brasil; Portal de Dados Abertos; Portal de Serviços e SINESP Cidadão. Apresentamos mais informações sobre essa integração no Capítulo 7.

De acordo com o Painel Resolveu, mantido pela CGU e atualizado diariamente, foram efetuadas até 2 de junho de 2020 mais de 859 mil manifestações pelo e-OUV, com uma média de resolutividade de 61%, o que equivale a mais de 727 mil manifestações, com um tempo médio para resposta de 19,8 dias, e uma média de satisfação de 59,8%.

Na média histórica, o ano de 2020 registrou aumento significativo de manifestações pelo e-OUV. Em 2016 e 2017, a média de manifestações mensais girou em torno de 6 mil. Em 2018, saltou para 11,8 mil, em 2019 as manifestações mais que dobraram, chegando a uma média de 26 mil mensais e até junho de 2020 a média é de 96 mil manifestações mensais em ouvidorias²⁷.

Juntos, e-SIC e e-OUV somam mais de 1,2 milhão de pedidos de acesso e de manifestações, direcionados a órgãos do Poder Executivo Federal²⁸. Ao todo, cerca de dois mil órgãos e entidades de todos os entes e poderes da federação estão ligados à plataforma.

Segundo a CGU, a união dos dois sistemas facilita a vida do cidadão e de gestores públicos, abrindo caminho para novas funcionalidades, com melhorias no tratamento de manifestações, cadastro de usuários mais moderno e interfaces mais amigáveis.

4.4. GUIA DO VOTO

Em 2018, o Grupo Votorantim completou 100 anos de existência. Neste um século, a companhia passou de um pequeno negócio têxtil do interior de São Paulo para um dos maiores grupos empresariais do Brasil, com atuação em diferentes nichos de negócios e em diversos países. No mesmo ano, a Votorantim lançou o projeto Guia do Voto, em meio a uma das eleições presidenciais mais polarizadas do país.

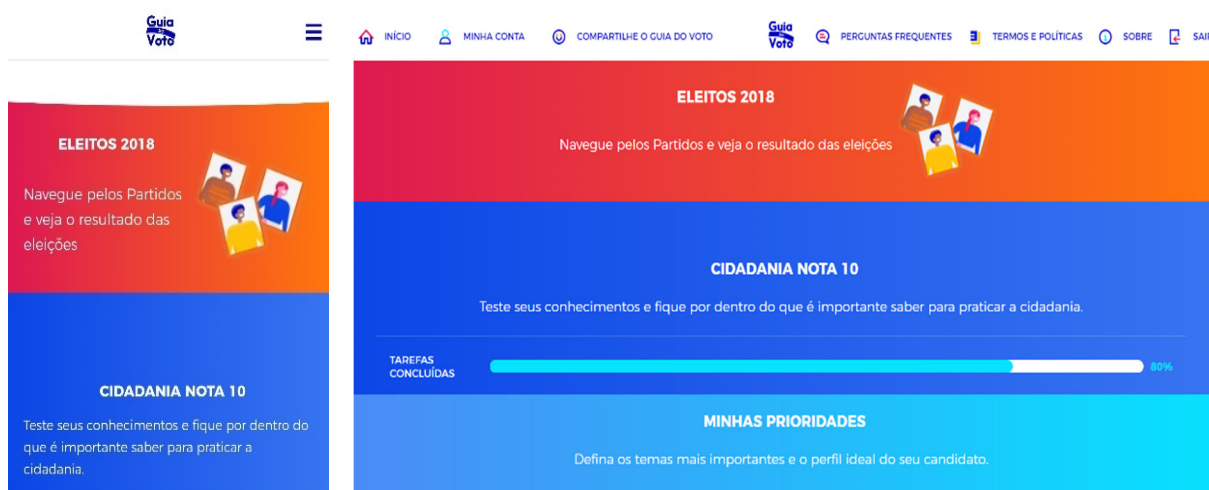
O Guia do Voto é uma experiência inédita no Grupo Votorantim, e surgiu com o objetivo de dar subsídios aos cidadãos em torno de um voto consciente, ajudando os eleitores na escolha de seus representantes (VOTORANTIM, 2018). Desenvolvido pelo braço social da companhia, o Instituto Votorantim, o Guia do Voto é um projeto que reúne informações e conteúdos interativos sobre o processo eleitoral.

O conteúdo divulgado pelo Guia do Voto foi desenvolvido pelo cientista político Humberto Dantas. O cientista social e doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo é também pesquisador na Fundação Getúlio Vargas e tem um histórico de envolvimento tanto em projetos de educação política, quanto de atuação junto a entidades empresariais, como a Fecomércio.

²⁷ Dados colhidos em 2 de junho de 2020, 22h (MS).

²⁸ Quantidade de pedidos divulgada na página da instituição, acessada em 06 de mai. de 2020.

Figura 7: Página inicial do Guia do Voto



Fonte: Captura de tela: capa do site do Guia do Voto, acessado pelo smartphone (à esquerda) e pelo notebook (à direita).

A escolha por Humberto Dantas não parece ser aleatória. Em diversos momentos, o pesquisador se mostrou alinhado a pautas como a agenda pró-reformas e abordagens acerca da tendência por renovação política (DANTAS, 2018a, 2019; TV ESTADÃO, 2019). Tais temas não são tratados no Guia do Voto, mas formam pautas defendidas por dirigentes do grupo publicamente.

O papel central do voto para a construção da democracia é bastante salientado na iniciativa, o que faz sentido quando se atém ao objetivo e nome do projeto. Apesar de citar várias outras formas participativas, o Guia enfatiza o gesto eleitoral de tal forma que a participação nos pleitos eleitorais é configurada como a mais relevante forma de participação e transformação social. Logo na introdução do documento guia do voto²⁹, que é um dos espaços que integra a iniciativa, a primeira frase é: “Vamos votar! A crise política precisa de mais política”, e ainda: “O Guia do Voto foi criado para que você possa praticar a cidadania, ganhar e compartilhar conhecimento, e ampliar a percepção de que o voto consciente é a mais democrática e poderosa ferramenta de transformação do País” (DANTAS, 2018b).

Segundo os idealizadores, o Guia do Voto foi elaborado para ser uma ferramenta apartidária e ideologicamente neutra. As informações contidas no projeto referentes aos

²⁹ Quando nos referimos ao projeto tratamos Guia do Voto com iniciais em maiúscula. Ao reportar o documento guia do voto, que compõe o projeto, nos referimos com todas as fontes em caixa baixa, em busca de mais exatidão na diferenciação do termo. Observação: isso não se dá nas referências em citações, para atendimento às normas.

candidatos das eleições de 2018 são, segundo o próprio projeto, imparciais e isentas de orientação política ou ideológica, além de serem retiradas exclusivamente de fontes oficiais.

Segundo a Votorantim, a iniciativa de apoiar uma plataforma de conscientização das pessoas em torno da importância do voto deveu-se ao fato de a companhia ser brasileira e centenária, ter sempre buscado contribuir para o desenvolvimento dos locais onde está, além de acreditar e investir no futuro.

João Miranda, na época diretor presidente do Grupo Votorantim, manifesta-se sobre a importância de a iniciativa privada atuar junto às instâncias públicas, posicionamento condizente com a postura da companhia, que sempre se manteve ativa junto à vida política do país: “Uma empresa pode e deve se posicionar diante de temas relevantes para a sociedade. Valorizar o exercício do voto é uma prova de confiança na democracia e na perseverança do brasileiro, na sua capacidade de se superar” (MIRANDA, 2018).

É com essa perspectiva do necessário engajamento de grupos empresariais com temas relacionados à cidadania e participação democrática que a Votorantim apresenta o Guia do Voto.

O Guia do Voto tem campos abertos e outros exclusivos para usuários cadastrados. Em meio a diversos escândalos de venda de dados, como o da Cambridge Analytica³⁰, nos Estados Unidos (CADWALLADR; GRAHAM-HARRISON, 2018), a Votorantim informou que nem a companhia nem qualquer parceiro teria acesso a informações individuais dos usuários. O cadastro é facultativo, mas é o que permite o uso pleno da plataforma.

Além de uma responsabilidade social com foco em práticas ambientais, pelo que atende boa parte das organizações privadas no âmbito da responsabilidade socioambiental, ou mesmo em projetos com relação mais direta com Educação, Cultura ou Esportes, o Grupo Votorantim se propõe a trabalhar com uma pauta voltada mais diretamente à cidadania e ao processo democrático eleitoral.

³⁰ Escândalo que tomou repercussões globais ao tornar pública a coleta de dados pessoais sem a permissão e conhecimento de cerca de 50 milhões de usuários do Facebook. Os dados foram vazados para a empresa de dados Cambridge Analytica e utilizados por políticos, incluindo a campanha presidencial de Donald Trump em 2018, para fins eleitorais.

4.5. A OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR

A Operação Serenata de Amor é um projeto brasileiro que busca aliar inovação e tecnologia para favorecer o controle social. O foco até o momento são os gastos da Cota para Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP). Suspeitas de uso irregular ou ilegal são divulgadas em uma conta no Twitter a partir de uma audição automatizada e usuários são incentivados a questionar e acompanhar os parlamentares em relação às suspeitas.

Figura 5: Página inicial da Operação Serenata de Amor



Fonte: Captura de tela: Capa do site da Operação Serenata de Amor acessado pelo smartphone (à esquerda) e pelo notebook (à direita).

Com Ciência de Dados, apoiada em inteligência artificial, a experiência busca identificar gastos suspeitos feitos por deputados federais e senadores brasileiros no exercício da função. Mas a ideia é ir além e chegar às Câmaras Municipais, fornecendo dados públicos em um formato acessível além da esfera em que o projeto já atua.

Surgida e desenvolvida na sociedade civil, a Operação Serenata de Amor foi criada a partir de um trabalho coletivo capitaneado pelo cientista de dados Irio Musskopf, que somou esforços junto a um grupo de voluntários. Em 2018, o projeto foi incorporado à Open Knowledge Brasil³¹ (OKBR) e é dirigido pela Ong.

O nome Operação Serenata de Amor tem, segundo a página oficial, diferentes justificativas. O primeiro motivo é uma inspiração no que ficou conhecido como o Caso Toblerone, um dos escândalos políticos mais emblemáticos da Suécia (WALLIN, 2017).

³¹ O histórico da Operação como organização e o apoio da Open Knowledge Brasil é desenvolvido no tópico Atores, mais a frente.

Entender um pouco sobre essa operação ajuda a compreender melhor a ideia por trás do Serenata, experiência que se atém a denúncias de pequenas despesas tal qual a que desencadeou o caso sueco.

Em 1995, a então vice-primeira-ministra da Suécia, Mona Sahlin, utilizou o cartão de crédito do Estado para gastos privados, incluindo barras de chocolate Toblerone. Questionada, Sahlin assumiu que teria comprado o chocolate, além de fraldas e cigarros no cartão corporativo, mas como um adiantamento de salário. O que poderia ser encarado como um episódio sem maior importância em algumas sociedades, entrou para os anais da política sueca como um grande escândalo de corrupção e virou inspiração para a Operação Serenata de Amor.

A jornalista Cláudia Wallin narra o episódio do Toblerone no livro *Um país sem excelências e mordomias*, sobre a prática do exercício político na Suécia e o que considera a quase inexistência de regalias para políticos naquele país. O escândalo do cartão corporativo tomou repercussões mundiais que levaram Sahlin a renunciar ao cargo de vice-primeira-ministra e interromper suas futuras pretensões políticas por décadas.

Para os fundadores da Operação Serenata de Amor, o caso sueco é inspirador. “Queremos fazer isso: usar tecnologia para permitir que os cidadãos monitorem os gastos públicos até em valores tão baixos como o de uma barra de chocolate” (OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, 2020).

Sem depender ou rivalizar com denúncias de escândalos divulgadas na imprensa, a Operação Serenata de Amor foi criada buscando incrementar a participação social na rotina de gastos parlamentares, incentivando práticas cidadãs inclusive com reverberação de suspeitas no debate público, a partir da publicação no Twitter, como veremos mais a diante.

Ainda sobre o nome, as duas outras justificativas pela escolha dizem respeito à semelhança como são nomeadas operações da Polícia Federal, e ao fato que o projeto seria uma espécie de Serenata de Amor para o Brasil. A última faz especial sentido se considerarmos que as serenatas são peças públicas, que mobilizam pessoas em torno de composições simples, algo como o que se propõe a OSA.

Enquanto a serenata do projeto era feita no particular, entre os denunciante e os parlamentares denunciados, poucos foram os efeitos práticos e baixa a mobilização social. A mudança se dá principalmente quando o projeto passa a divulgar as suspeitas de forma pública, no Twitter (<https://Twitter.com/rosiedaserenata>), o que ocorre em maio de 2016, cerca de seis meses após a criação da Operação.

Para isso, a Operação criou um *bot* chamado Rosie – uma inteligência artificial que não só analisa os gastos reembolsados pela CEAP, como também passou a divulgar as suspeitas. Companheiro de Rosie, a Operação criou o Jarbas, que reúne em uma página os gastos identificados pelo robô e permite aprofundamento na suspeita.

Figura 6: Páginas de Rosie, no Twitter, e de Jarbas

A imagem mostra duas capturas de tela. À esquerda, a página do Twitter do perfil @RosieDaSerenata. O perfil é de Rosie, um robô da Operação Serenata de Amor, com 565 seguidores e 39,8K seguidores. À direita, o Jarbas Dashboard, uma interface web para visualizar reembolsos. O dashboard contém uma tabela com os seguintes dados:

REEMBOLSO	SOCIAL	NOME DO PARLAMENTAR	ANO	SUBQUOTA TRANSLATED	FONECEDOR	VALOR	SUSPEITO
0	1	Denis Bezerra	2020	Serviços postais	CORREIOS - CARTA REGISTRADA COM AR 00.000.000/0000-07	R\$ 221,25	Sim
0	1	Liziane Bayer	2020	Serviços postais	CORREIOS - SEDEX CONVENCIONAL 00.000.000/0000-07	R\$ 55,72	Sim
0	1	Liziane Bayer	2020	Serviços postais	CORREIOS - ENVELOPE BASICO/CONVENCIONAL - PLASTICO/BOLHA 00.000.000/0000-07	R\$ 4,40	Sim
0	1	Vermelho	2020	Serviços postais	CORREIOS - SEDEX CONVENCIONAL COM AR 00.000.000/0000-07	R\$ 71,19	Sim
0	1	Fabio Schiochet	2020	Serviços postais	CORREIOS - ENCOMENDA PAC 00.000.000/0000-07	R\$ 97,60	Sim

O dashboard também possui filtros para selecionar o reembolso suspeito, a nota fiscal digitalizada, o pagamento direto ao fornecedor e o estado.

Fonte: Captura de tela da página de Rosie, no Twitter (acesso pelo smartphone, à esquerda), e de Jarbas (acesso pelo notebook, à direita).

Com nome inspirado no robô do desenho Os Jetsons, que ajudava a manter a casa da família futurista organizada, Rosie, marcava até 2019, após divulgar uma denúncia, o parlamentar alvo da suspeita com a pergunta: “Você pode me ajudar a verificar?”. Os *tweets* passaram a ser comentados por cidadãos, muitos a cobrarem mais esclarecimentos do deputado ou do senador denunciado. Em alguns casos, o parlamentar respondeu pela própria rede ao questionamento e parte deles devolveu o valor do reembolso.

Apesar de lançado em 2016, os integrantes da Operação investigaram notas fiscais retroagindo a 2011. Na primeira fase, mais de 8 mil suspeitas foram apontadas por Rosie, em um banco de dados de milhões de notas fiscais e comumente já auditado manualmente por equipes fiscalizadoras da Câmara. Após a identificação por Rosie, as suspeitas são auditadas pela equipe da Operação Serenata de Amor a fim de confirmar ou não se trata de um caso suspeito.

Os critérios para que Rosie defina um caso como suspeito incluem média de custo para diferentes tipos de gastos permitidos pela cota parlamentar, localização geográfica, ou gastos não permitidos pela cota, entre outros. Refeições no mesmo dia no Acre e no

Rio Grande do Sul, mais de uma refeição em um mesmo restaurante na mesma data e gastos com serviços postais de material eleitoral estão entre as irregularidades encontradas e que tiveram ressarcimento, após a denúncia feita pelo projeto.

Antes de a divulgação passar a ser feita pelo Twitter, os coordenadores do projeto realizaram denúncias de forma direta à Ouvidoria da Câmara dos Deputados, via Lei de Acesso à Informação, chegando a mais de 600 denúncias em uma só etapa, por meio de um mutirão. O total corresponde ao que aproximadamente a Casa recebe de denúncias em um ano.

Após receberem uma resposta padrão de que a denúncia realizada poderia ser feita diretamente ao parlamentar citado, a equipe decidiu mudar a estratégia. Só em 2017 mais de 80% das denúncias feitas à Câmara não recebeu atenção dos parlamentares denunciados (VILANOVA, 2017a). Muitas eram ignoradas ou respondidas de forma insatisfatória.

É então que o aspecto comunicacional do projeto ganha força e as denúncias passam a ser divulgadas via Twitter:

Ao ver que o nosso grupo sozinho não seria capaz de resolver esse problema e cobrar um posicionamento de cada deputado, resolvemos incluir mais gente na conversa. Foi nesse momento que a Rosie, nossa robô, ganhou uma conta no *Twitter*, e suas suspeitas começaram a ser divulgadas, com um singelo pedido de ajuda. O nosso desafio de conseguir o retorno do dinheiro público acabou gerando resultados melhores do que esperávamos (VILANOVA, 2017b).

Os ganhos referem-se à pressão maior que os deputados passaram a ter, com o consequente envolvimento e engajamento da sociedade. “As suspeitas agora são de todos, que podem ir até os deputados e cobrar satisfações de forma pública e em tempo real” (VILANOVA, 2017b).

Para os organizadores, o potencial da Operação Serenata de Amor não é fazer fiscalização, mas sim ser voz política e promover a participação. A esfera pública midiaticizada é palco para a comunicação entre representantes e cidadãos, e entre os cidadãos, mediados por uma inteligência artificial.

Passemos agora à descrição dos Atores que promovem cada uma das iniciativas que compõem o *corpus* desta pesquisa.

5. ATORES: DESCRIÇÃO INSTITUCIONAL DOS PROMOTORES DAS INICIATIVAS ANALISADAS

Neste capítulo iremos destacar os Atores por trás das iniciativas analisadas. Controladoria-Geral da União (CGU), Open Knowledge Brasil (OKBR) e Grupo Votorantim são abordados a partir de um apanhado histórico e características da atuação, principalmente vinculadas a ações de interesse público, cidadania e participação, considerando as peculiaridades das esferas a que pertencem. Por fim, trabalhamos a relação das instituições com Comunicação Pública e redes digitais.

5.1. A INICIATIVA POR SEUS ATORES: ESTADO – A CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO

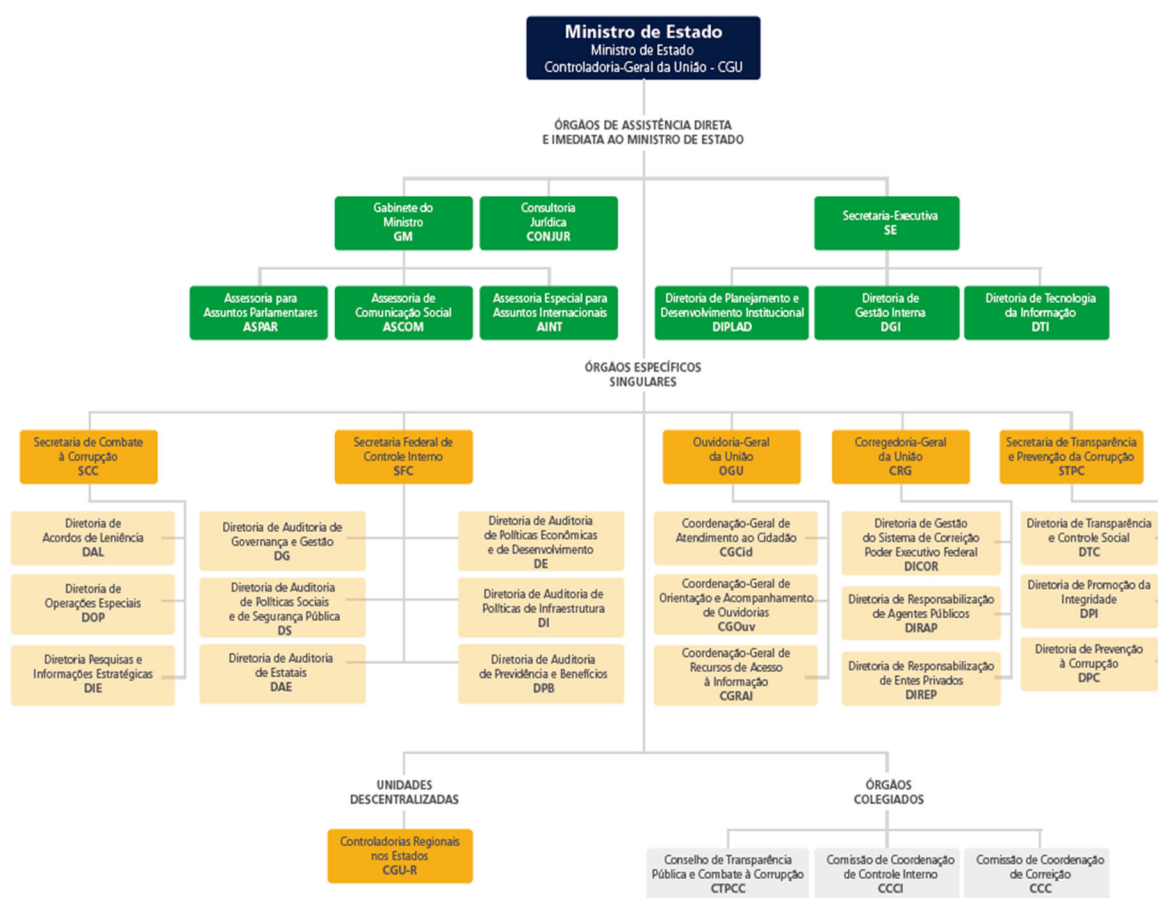
A Controladoria-Geral da União (CGU) é a instituição responsável pelo projeto Fala.BR analisado nesta pesquisa. Ligada ao governo federal, a CGU é um órgão de controle interno que tem em sua alçada a defesa do patrimônio público e a promoção da transparência da gestão. Criada em 2003, teve alterada sua autonomia e formas de atuação ao longo dessas quase duas décadas de existência. Com o objetivo de compreender melhor o papel da instituição, apresentamos e discutimos a seguir a caracterização da CGU a partir de seu histórico e sua atuação.

5.1.1. Histórico e caracterização da instituição

A Controladoria-Geral da União (CGU) é o órgão de controle interno do Poder Executivo Federal que tem a responsabilidade de realizar atividades relacionadas à defesa do patrimônio público e ao incremento da transparência da gestão, por meio de ações de auditoria pública, correição, prevenção e combate à corrupção e ouvidoria.

São cinco as unidades finalísticas da CGU, que compõem sua estrutura interna atualmente: Secretaria Federal de Controle Interno (SFC), Ouvidoria-Geral da União (OGU), Corregedoria-Geral da União (CRG), Secretaria de Transparência e Prevenção da Corrupção (STPC) e Secretaria de Combate à Corrupção (SCC), além das Controladorias Regionais em todos os Estados da federação. A Figura a seguir apresenta o organograma atual da CGU:

Figura 8: Organograma Geral da CGU



Fonte: Controladoria-Geral da União, 2020a, p. 13

A atuação da CGU está atrelada à ideia de controle interno. O Comitê das Entidades Patrocinadoras (Committee of Sponsoring Organizations – COSO), que propôs um modelo metodológico para avaliação e aperfeiçoamento dos sistemas de controle interno que, segundo Mota e Dantas (2015), é referência para organizações no mundo, define:

Controle interno é um processo conduzido pela estrutura de governança, administração e outros profissionais da entidade, e desenvolvido para proporcionar segurança razoável com respeito à realização dos objetivos relacionados a operações, divulgação e conformidade (COSO, 2013, p. 6).

O controle interno de governos foi encarado de maneira diversa em diferentes momentos históricos e formas de governos em todo o mundo. A ideia de um órgão dentro do governo a exercer controle sobre as ações do próprio governo foi, durante muito tempo, encarada com estranhamento e resistência.

Ainda antes da República, no Brasil imperial, valia a máxima “o rei não pode fazer nada de errado”³², ilustrada com afirmativas na própria constituição de que a pessoa do Imperador era inviolável e sagrada e que não estaria sujeita a responsabilidade alguma (COIMBRA, 2006). As determinações da Constituição de 1824 refletiam o contexto social hegemônico da época, e representava consenso entre as elites regionais na organização da forma de governo naquele sistema político monárquico (CABRAL, 2014).

Segundo Coimbra (2006), enquanto o controle externo passa a ser constitucionalmente tratado em 1891 na figura do Tribunal de Contas da União, o controle interno só é previsto constitucionalmente a partir de 1937, ainda de forma introdutória. Trata-se do Departamento Administrativo, que tinha funções de fiscalização e acompanhamento da atividade estatal.

Mas é somente em 1967 que a Constituição brasileira disciplina e determina a manutenção do controle interno, e apenas sob o âmbito do Poder Executivo. Não se tratava ainda de um sistema específico de controle interno, que só viria a ser versado e organizado em 1986 (COIMBRA, 2006). Contudo, até 1994, o controle interno era “fragmentado como um departamento pouco eficiente” (LOUREIRO *et al.*, 2012, p. 55).

Após alguns importantes passos, entre eles a própria Constituição de 1988, apenas em 03 de abril de 2001 seria publicada pelo então presidente da República, Fernando Henrique Cardoso (FHC), a Medida Provisória nº. 2.143-31, de 02 de abril de 2001, que cria a Corregedoria-Geral da União, cujo escopo de atuação era segundo Reis (2017, p. 81) apenas “sancionatório”.

Além disso, o contexto de criação da Corregedoria-Geral da União era de descrédito por parte da população acerca da atuação autônoma do órgão, desacreditado pela opinião pública e pelo parlamento, considerando circunstâncias relacionadas a sua criação (COIMBRA, 2006).

Escândalos de corrupção que envolviam o governo FHC durante a criação da Corregedoria configuraram o órgão como uma forma de resposta à sociedade para as denúncias, tendo como um dos grandes objetivos demonstrar empenho na criação e fortalecimento de instituições de controle (LOUREIRO *et al.*, 2012, p. 57).

Em um de seus discursos, o então presidente teria justificado a demora em resoluções de denúncias de corrupção devido ao contexto vivido de Estado Democrático

³² Tradução nossa. No original: “*the king can do no wrong*”

de Direito, enquanto no período de Ditadura Militar a prática era de procedimentos sumários (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001).

Somente em 2003, com o então presidente Lula, a Controladoria-Geral da União assumiria uma atuação mais abrangente no controle interno, avançando em variados aspectos de escopo, inclusive no que respeita à participação dos cidadãos.

[...] foi a MP no 103/2003 (depois convertida na Lei no 10.683/2003) que consolidou, como legislação ordinária, a criação da Controladoria-Geral da União (CGU), tal qual uma unidade ministerial – na verdade, em uma posição distinta da ocupada pelos demais ministérios, por vincular-se diretamente à Presidência da República –, integrando em um corpo único a Secretaria Federal de Controle Interno, a Corregedoria-Geral da União e a Ouvidoria-Geral da União (REIS, 2017, p. 82).

Segundo o pesquisador, foi a partir de então que se estabeleceram competências que já eram vistas internacionalmente como típicas da função de controle interno: “o incremento da transparência pública, as atividades de Ouvidoria-Geral, a prevenção e o combate à corrupção” (REIS, 2017, p. 82).

O discurso de posse do primeiro-ministro-chefe da Controladoria, Waldir Pires, é citado por alguns autores para destacar a importância da mudança da nomenclatura do órgão de Corregedoria-Geral da União para Controladoria-Geral da União. Resgatado por Loureiro *et al.* (2012), o ministro afirma:

Não gostava do título Corregedoria. A lembrança, desde os tempos coloniais, da figura do corregedor-mor, sempre agindo para o serviço de El-rei e seu séquito, na proteção de normas conservadoras, quase imutáveis, por sobre a estrutura das relações escravocratas e, posteriormente, das relações oligárquicas, excludentes - toda essa memória não me agradava. Na Controladoria, cuidaremos, sim, de correição e punições, como atos resultantes da violação dos princípios básicos da Lei e da vida republicana, princípios que precisarão ser mantidos, prestigiados e consolidados (Waldir Pires, 2003, apud LOUREIRO *et al.*, 2012, p. 58)

O que se passou desde então foi uma ampliação de atuação do órgão, com foco em medidas preventivas, de transparência e de participação da sociedade, especialmente no âmbito do chamado controle social.

Conforme a página oficial da CGU na internet, o Decreto nº 5.683, de 24 de janeiro de 2006, conferiu à instituição “maior organicidade e eficácia ao trabalho realizado” ao modificar a estrutura do órgão e criar a Secretaria de Prevenção da

Corrupção e Informações Estratégicas (SPCI) (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, c2020).

São destacados pelos principais pesquisadores sobre controle interno e sobre a própria CGU desde então a publicação de normativos como a Lei da Transparência (Lei Complementar nº. 131, de 27 de maio de 2009), a Lei de Acesso à Informação (Lei nº. 12.527, de 18 de novembro de 2011) e a Lei de Prevenção ao Conflito de Interesses (Lei nº. 12.813, 16 de maio de 2013). Os sorteios dos municípios a serem fiscalizados pela CGU, a divulgação dos relatórios da fiscalização são outros fatores apontados como avanços (REIS, 2017; LOUREIRO *et al.*, 2012).

Também são reconhecidos programas como Olho Vivo no Dinheiro Público, de 2004, voltado à capacitação de cidadãos para o controle social, programas de educação cidadã direcionados ao público infantil, programas de disseminação e avaliação da transparência, como o Brasil Transparente, de 2013, a criação do Sistema de Ouvidorias, o e-OUV, de 2014 e políticas de fomento à integridade, como o programa Pró-Ética, de 2010, em que o setor privado passou a entrar no raio de ação da CGU. “Ao ampliar o foco de sua atuação para além do controle interno, a CGU tornou clara, para os seus membros, a ligação dos problemas da gestão pública com os do controle democrático” (LOUREIRO *et al.*, 2012, p. 65).

Nos últimos anos, porém, a CGU sofreu ações que comprometeram a autonomia do órgão. Reis (2017) explica que duas grandes mudanças puderam ser registradas após o impeachment da presidente Dilma Rousseff. A primeira e principal delas foi publicada no dia seguinte ao afastamento da presidente, que foi a Medida Provisória nº. 726, de 12 de maio de 2016, convertida na Lei nº. 13.341, de 29 de setembro de 2016.

A lei renomeou o órgão para Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União e, não só, retirou-o da estrutura da Presidência da República, o que, como atesta o autor “significou uma espécie de rebaixamento de seu status perante os órgãos supervisionados” (REIS, 2017, p. 82), já que o órgão passou a ocupar status idêntico ao das unidades por ele auditadas.

Ante a conjuntura atual de rebaixamento de status e de cortes de orçamento implementados nos últimos anos na CGU, Reis (2017, p.85) destaca um futuro incerto, “vislumbra-se, no curto prazo, a persistência e o aprofundamento das dificuldades operacionais para o devido desenvolvimento das atividades precípuas da Controladoria”.

O cenário pode comprometer a atuação independente do órgão no campo da implementação efetiva de práticas de prevenção e combate à corrupção, implementação de políticas de transparência e de mobilização de cidadãos para controle social.

No transcorrer da sua atuação, a CGU apresentou práticas que materializam preceitos da Comunicação Pública, estimulando a participação social acerca de temas de interesse público e à prática da cidadania, lançando mão de práticas comunicacionais apoiadas em diferentes plataformas digitais, entre elas formas inovativas em redes sociais (LUVIZOTTO; SENA, 2018), o que também pode entrar em risco ante um contexto de cortes e de rebaixamento hierárquico.

5.2. AS INICIATIVAS POR SEUS ATORES: MERCADO – O GRUPO VOTORANTIM

A Votorantim é um grande e centenário complexo empresarial brasileiro, presente em 19 países. Com atuação em um amplo espectro de atividades, como materiais de construção, metais e mineração, siderurgia, energia, produção cítrica e setor financeiro, a Votorantim é uma gigante empresa familiar. Diretores da companhia figuraram por anos nas listas dos homens mais ricos do Brasil e tiveram importante papel na política brasileira em várias circunstâncias históricas, que vão desde apoio e financiamento a candidaturas, à manifestação pública pela abertura política do país durante a Ditadura Militar.

Na ocasião do centenário da empresa, completado em 2018, ano de Eleições presidenciais no Brasil, a Votorantim lançou um projeto denominado Guia do Voto, que trata de temas como democracia, cidadania e pleitos eleitorais. A seguir, apresentamos aspectos do papel da Votorantim na vida política do país e sua relação com a democracia, abordando a história da empresa e da família Moraes.

5.2.1. Caracterização e histórico da instituição

Em mais de cem anos de atuação, a Votorantim passou de uma pequena empresa familiar baseada em uma fábrica têxtil no interior de São Paulo para um conglomerado de empresas com atividade em diferentes ramos do mercado, presente em 19 países, nos

cinco continentes, e com mais de 500 unidades operacionais e administrativas e mais de 35 mil empregados.

Um dos principais grupos empresariais do Brasil, a história da empresa passa pelas mãos do empreendedor português Antonio Pereira Ignacio, que adquire, em leilão, em 1918, a massa falida do Banco União, cuja Fábrica de Tecidos Votorantim figurava entre as propriedades adquiridas. Em 1925, o genro de Antonio Pereira, o pernambucano José Ermírio de Moraes, passa a colaborar na gestão da fábrica.

É a partir de então que tem início a expansão de serviços da empresa. Atualmente composta pelas empresas Votorantim Cimentos, Nexa, Votorantim Energia, Companhia Brasileira de Alumínio (CBA), Citrosuco, Banco Votorantim, e as siderúrgicas argentina Acerbrag e colombiana Paz del Río. A Figura a seguir representa o panorama de atuação do Grupo Votorantim

Figura 9: Panorama de atuação do Grupo Votorantim



Fonte: Relatório Anual (VOTORANTIM, 2020a)

Mas foi a partir da década de 1930 e especialmente após a segunda metade do século XX, que a Votorantim vê a diversificação de investimentos ganhar forma, além da

consolidação como uma grande e importante empresa no Brasil. Na década de 1950, a Votorantim inaugura duas importantes fábricas: a Companhia de Cimento Portland Rio Branco, no Paraná, considerada a maior fábrica de cimento da América Latina na época, e a Companhia Brasileira de Alumínio (CBA), nascida como a maior fábrica brasileira, e dá início à construção de usinas hidrelétricas, na busca da independência energética.

Antes do Golpe Militar de 1964, José Ermírio de Moraes afasta-se da direção das empresas do grupo Votorantim e passa a participar mais ativamente da vida política do país. Participa de financiamento da campanha de Jânio Quadros em 1960, é eleito senador por Pernambuco e apoiou a candidatura de Miguel Arrais ao governo de Pernambuco, candidato das forças nacionalistas e de esquerda. Chega a ser ministro da Agricultura de João Goulart, entre os meses de janeiro e junho de 1963, e após a instituição do bipartidarismo, filia-se ao partido de oposição oficial ao regime, o Movimento Democrático Brasileiro (MDB).

Durante a Ditadura, chamada por alguns historiadores de ditadura empresarial-militar (PEDRETTI, 2018), em alusão ao apoio do empresariado ao golpe, o grupo Votorantim mantém em seu arquivo histórico poucos registros sobre a atuação das empresas ou de seus gestores em relação ao regime. No portal Memória Votorantim, inaugurado para celebrar os 100 anos da companhia, a linha do tempo marca o ano de 1969 como o de inauguração de mais uma indústria – Cia Mineira de Metais, em meio a “turbulências econômicas e políticas da Ditadura Militar” (VOTORANTIM, c2019).

Na direção do Grupo desde 1973, Antônio Ermírio de Moraes, filho de José Ermírio, assinou junto a outros grandes empresários nacionais o que ficou conhecido como Documento dos Oito, que pedia a abertura política do país, em 1978, durante o governo de Ernesto Geisel, pressionando por uma democracia econômica e política para o país (PASTORE, 2013). O fato é mencionado na linha do tempo do Memória Votorantim e no portal Votorantim100, que disponibiliza o documento na íntegra, assinado por Antônio Ermírio de Moraes, Cláudio Bardella, Jorge Gerdau, José Mindlin, Laerte Setubal Filho, Paulo Vellinho, Paulo Villares e Severo Gomes.

No documento, os empresários afirmam que desejam exprimir a concepção que possuem sobre os rumos do desenvolvimento econômico, fundado na justiça social e amparado por instituições políticas democráticas, e declaram-se convencidos de que estes são os anseios mais gerais da sociedade brasileira. Os autores defendem pautas diversas ligadas aos interesses empresariais, mas que incluem desde o envolvimento da representação dos industriais na formulação e efetivação de uma política industrial para

o país, a uma “legítima negociação entre empresários e trabalhadores”, o que incluiria, entre outras coisas, liberdade sindical e subida criteriosa dos salários. Em todos os segmentos, a condição para o crescimento econômico e a redução de problemas sociais se dariam sob uma condição: o regime democrático:

Acreditamos que o desenvolvimento econômico e social, tal como o concebemos, somente será possível dentro de um marco político que permita uma ampla participação de todos. E só há um regime capaz de promover a plena explicitação de interesses e opiniões, dotado ao mesmo tempo de flexibilidade suficiente para absorver tensões sem transformá-las num indesejável conflito de classes – o regime democrático. Mais que isso, estamos convencidos de que o sistema de livre iniciativa no Brasil e a economia de mercado são viáveis e podem ser duradouros, se formos capazes de construir instituições que protejam os direitos dos cidadãos e garantam a liberdade. (VOTORANTIM, c2017).

Mas a participação do Grupo Votorantim durante o período da Ditadura Militar parece figurar além da manifestação pública pela abertura democrática do Documento dos Oito. Filgueiras (2017), em reportagem da Piauí, divulga registros identificados pelo historiador Lucas Pedretti sobre incinerações de produtos culturais realizadas a mando da Ditadura Militar, entre os quais uma empresa de celulose pertencente à época ao Grupo Votorantim. Em resposta à reportagem, a Votorantim informou que desconhecia o fato e que incluiria a informação no seu acervo sobre a história da instituição, o que não ocorreu até junho de 2020, conforme verificamos na página Votorantim, na Internet:

Em nota oficial, o setor de Comunicação da empresa informou: “Nunca houve conhecimento por parte da direção da empresa desse fato relatado em relação à fábrica de Guaíba. A Votorantim lamenta profundamente essa postura da planta em Guaíba, pois ela contraria os seus valores (FILGUEIRAS, 2017).

Entre o final da Ditadura Militar e o início da abertura política no país, a Votorantim investe na diversificação dos seus negócios, ingressando no ramo da celulose e papel, de suco de laranja e, em 1988, avança no setor financeiro, criando o Banco Votorantim. Também nesse período dá início à internacionalização da companhia, apostando em seus primeiros postos marítimos no exterior.

Antônio Ermírio atua firmemente na campanha das Diretas Já, em que clamava por “macrossoluções que pudessem equacionar de uma vez por todas os problemas do país” (PASTORE, 2013, p. 146). Nessa época, no âmbito político, Antônio Ermírio de Moraes lança em 1986 candidatura ao governo de São Paulo pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), com apoio de diversos políticos como Fernando Henrique Cardoso e o

então presidente José Sarney, que tinha na candidatura do empresário a “missão para derrotar o malufismo e o Partido dos Trabalhadores (PT) em São Paulo” (XAVIER; DEZOUZART; BASTOS, c2009). Na ocasião, Antônio Ermírio perde as eleições para Orestes Quércia, sob fortes denúncias:

Para isso contribuiu, em grande parte, uma série de denúncias feitas por seus concorrentes que atingiam as empresas do Grupo Votorantim. Foram denúncias relativas a mortes causadas por intoxicação devido ao processo de poluição de rios provocado por empresa do grupo em Pernambuco, sobre a obrigação de comparecimento ao trabalho para os empregados da Nitroquímica, outra empresa do grupo, e sobre a utilização de crianças de menores de quatro anos para carregar carvão nessa mesma empresa (XAVIER; DEZOUZART; BASTOS, c2009).

Nos anos 1990, a empresa lança algumas das holdings que abrigam as principais unidades de negócios da Votorantim: Votorantim Metais (VM) e Votorantim Energia (VE), em 1996; Votorantim Cimentos, em 1998. Também nessa década, a família gestora da empresa manifesta apoio ao candidato à Presidência do Brasil, Fernando Collor de Melo, o primeiro civil eleito sob voto popular após a Ditadura. Mas, em meio à crise econômica e política que culmina no impeachment do presidente, os gestores fazem duras críticas a Collor, após perdas na ordem de 30% no faturamento da Votorantim.

Segundo Pastore (2013), apesar da interface intensa do empresário com o governo, Antônio faz críticas enfáticas ao longo da carreira aos governos de Figueiredo, Sarney e Collor e amaina com Fernando Henrique Cardoso. No governo FHC, a participação ativa de empresários do grupo Votorantim é no sentido de apoiar o processo de privatizações de estatais, marca do governo. Em 1997, em consórcio com a Construtora Camargo Correia e o Banco Bradesco, adquire em leilão a Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL), após privatização por FHC (XAVIER; DEZOUZART; BASTOS, c2009).

Durante a primeira década dos anos 2000, a empresa implementa de forma mais efetiva seu processo de internacionalização e vê assumir a terceira geração da Família Ermírio de Moraes na gestão. Antônio Ermírio, após décadas à frente do grupo afasta-se da direção por problemas de saúde. Em 2001, Antônio Ermírio deixa a presidência da Votorantim para tratar Mal de Alzheimer. Durante as eleições presidenciais de 2002 e 2006, o grupo segue com apoio e financiamento de campanhas alinhadas à direita política no Brasil. Em 2002, o Grupo foi o segundo maior doador na campanha de José Serra (FREITAS; ZANINI, 2002).

Antônio Ermírio enxergava Lula como uma pessoa despreparada para assumir a Presidência e refutava o programa de governo. Apoiou Serra, inclusive participando

diretamente do programa do candidato na TV. Sua visão, em relação a Lula sofre alteração ao constatar que ele estava decidido a estimular a iniciativa privada (PASTORE, 2013). Em 2006, a Votorantim fica entre os principais doadores da campanha de Geraldo Alckmin, mas também doa à campanha de Lula (ANTUNES; GALHARDO; TEODORO, 2006).

Com decisão do Supremo Tribunal Federal de setembro de 2015, tornaram-se inconstitucionais os dispositivos legais que autorizavam contribuições de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais, a partir das eleições municipais de 2016. Assim, o ano de 2018 marca a primeira corrida presidencial que proíbe doações de empresas para campanhas.

O impedimento legal, no entanto, não representou afastamento político de membros da direção do Grupo Votorantim, que manifestaram apoio e realizaram doações de campanha. Membros do conselho da Votorantim realizaram doações físicas para a campanha de Jair Bolsonaro. Contudo, a assessoria de imprensa do grupo informou tratar-se de doações de foro íntimo (BRAGON; MATTOSO, 2018). Membros do conselho diretor também defenderam publicamente a necessidade de reformas previdenciária, tributária e política – pautas levantadas por Jair Bolsonaro, antes e depois da eleição (JORNAL DO BRASIL, 2018; MONEY REPORT, 2018; CORREIO BRAZILIENSE, 2019).

Em 2018, João Miranda, na época na direção do Grupo Votorantim, defende o envolvimento das instituições privadas na política e na democracia no país. Após a eleição de Jair Bolsonaro, em artigo à Folha de São Paulo. Para o dirigente, o meio privado deve adotar um programa de cidadania e que, por isso, ele faz um convite a grupos empresariais para que tenham a democracia como propósito maior. “A inquietação cidadã é de responsabilidade compartilhada por todos os agentes, públicos e privados, particulares e coletivos. E, se as empresas são parte desta sociedade, precisam encontrar uma forma de atuar na melhoria do processo democrático” (MIRANDA, 2020).

O discurso do empresário soa contraditório ante o apoio, mesmo que informal, da companhia à campanha de Jair Bolsonaro, que ao longo de sua carreira como deputado federal fez variadas defesas à Ditadura Militar e a torturadores.

5.3. AS INICIATIVAS POR SEUS ATORES: SOCIEDADE CIVIL - CIDADÃOS E OPEN KNOWLEDGE BRASIL

A Operação Serenata de Amor (OSA) é uma iniciativa da sociedade civil que alia tecnologia e dados abertos para contribuir no controle social. A Operação surgiu focada em fiscalizar os reembolsos efetuados pela Cota para Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP) – verba que custeia itens como alimentação, transporte, hospedagem, serviços postais, despesas com cultura e assinaturas de TV de parlamentares brasileiros, entre deputados federais e senadores³³.

As atividades suspeitas identificadas pela Operação são divulgadas em uma conta na rede social Twitter em nome de um *bot*, Rosie, desenvolvido pela equipe a partir de inteligência artificial e ciência de dados. Desde 2018, a Serenata passou a fazer parte dos projetos financiados pela organização Open Knowledge Brasil (OKBR). Apresentamos a seguir o histórico da OSA, seus fundadores, sua atuação e repercussão do trabalho, e a integração à OKBR a partir de 2018.

5.3.1. Caracterização e histórico da Operação Serenata de Amor e da Open Knowledge Brasil

A Operação Serenata de Amor é uma iniciativa que surgiu concretamente em setembro de 2016, pela idealização do cientista de dados Irio Musskopf, então com 23 anos, que viu na proposta uma forma de participar ativamente do processo democrático no Brasil. A ideia se desenvolveu a partir da necessidade pessoal de Irio em definir seu voto nas eleições municipais de 2016, e então ele se uniu a um grupo de sete voluntários para desenvolver um sistema inteligente que identificasse gastos suspeitos feitos por parlamentares.

³³ As subcotas são: Aquisição de material de escritório; Aquisição ou locação de software; Assinatura de publicações; Combustíveis e lubrificantes; Consultorias, pesquisas e trabalhos técnicos; Divulgação da atividade parlamentar; Emissão bilhete aéreo; Fornecimento de alimentação do parlamentar; Hospedagem, exceto do parlamentar no distrito federal; Locação de veículos automotores ou fretamento de embarcações; Locação ou fretamento de aeronaves; Locação ou fretamento de embarcações; Locação ou fretamento de veículos automotores; Locomoção, alimentação e hospedagem; Manutenção de escritório de apoio à atividade parlamentar; Participação em curso, palestra ou evento similar; Passagens aéreas; Passagens terrestres, marítimas ou fluviais; Serviço de segurança prestado por empresa especializada; Serviço de táxi, pedágio e estacionamento; Serviços postais e Telefonia (Fonte: Operação Serenata de Amor)

Congregando cientistas de dados, designers e profissionais da área de comunicação, a ideia era usar a tecnologia para apoiar e otimizar ações no incremento da democracia, auditando contas públicas e auxiliando no controle social. Além de Irio, o designer gráfico com mestrado e doutorado em Sociologia, Eduardo Cuducos, e o criador de produtos baseados em dados, Felipe Cabral, formaram a primeira frente do projeto. A ideia ganhou corpo e, além da equipe que tomou a frente, somaram-se cerca de 600 voluntários. Com financiamento coletivo e reunindo pessoas de diferentes áreas, o principal compromisso da Operação era fazer dos dados públicos um conteúdo acessível para a população.

Na campanha de financiamento, os três se autodefiniram como “programadores, hackers, empreendedores, sonhadores, brasileiros, ativistas e indignados” (CATARSE, 2016). À época, a equipe creditou inspiração para o desenvolvimento da Serenata a Lúcio Big, fundador do projeto Operação Política Supervisionada (OPS). Antes denominada Operação Pega Safado, o Instituto OPS promove, desde 2013, controle social sob a Cota para o Exercício da Atividade Parlamentar.

Da equipe inicial da Serenata, Irio Musskopf, autodeclarado como hackativista em seu perfil no Twitter, trabalha com desenvolvimento de softwares há mais de dez anos e desde a criação da OSA apresentou o projeto em variados congressos, universidades e órgãos públicos, de diferentes países como Brasil, Inglaterra, Hungria, Polônia e Alemanha, sempre enfocando temas como controle social e transparência relacionados à tecnologia.

Também compuseram o grupo que desenvolve e aplica a ideia da Operação o consultor de dados do Rio Grande do Sul, Bruno Pazzim, a designer Yasodara Córdova, as cientistas de dados Ana Schwendler e Jéssica Temporal. Além deles, o jornalista de dados Pedro Vilanova e a designer russa Tatiana Balachova, responsável pela comunicação do projeto entre 2018 e abril de 2020, fizeram a frente do projeto no âmbito comunicacional.

Por aproximadamente dois anos, esse pequeno grupo de cidadãos se mobilizou para promover práticas de controle social apoiadas em tecnologia, com auditoria de gastos suspeitos com a cota parlamentar analisada na Câmara dos Deputados, somente com apoio de outros voluntários. Surgida com uma ideia de cultura colaborativa, até 2018 a Operação Serenata de Amor se mantinha exclusivamente com doações e financiamento

coletivo. Nessa época, o grupo chamou atenção de órgãos públicos e da opinião pública ao virarem notícia nos principais jornais do país, como por exemplo, no Fantástico³⁴.

Boa parte dos membros dessa equipe inicial da Operação atualmente desenvolvem projetos pautados em tecnologia fora do Brasil e seguem apenas como contribuidores esporádicos da Operação Serenata de Amor.

A mudança na condução do projeto se dá principalmente a partir de 2018, quando a OSA passa a fazer parte da rede Open Knowledge Brasil (OKBR), o braço nacional da Open Knowledge (OKFN), organização sem fins lucrativos de caráter mundial focada em conhecimento aberto. Após seis meses de parceria experimental, a união se concretiza e tem como objetivo, segundo os fundadores da Operação, usar a experiência e a tecnologia da Serenata para ampliar o acesso à informação pública e a participação popular, em áreas que vão desde a comunicação até a automatização de processos.

Enquanto nos assumíamos como “ativistas de sofá”, trabalhando em explorar dados do conforto de nossas casas, a Open Knowledge trazia conhecimentos complementares nas áreas jurídica, ativista e jornalística, por exemplo. Decidimos nos tornar parte da OKBR, trazendo a Operação Serenata de Amor conosco (CABRAL; MUSSKOPF, 2018).

A Open Knowledge foi fundada em 2004 pelo empreendedor Rufus Pollock, que se define como um pesquisador e tecnólogo que busca trabalhar para criar uma era de informação aberta. Atualmente, a organização internacional está presente em mais de 60 países. Especialista em dados abertos e conhecimento aberto, Rufus trabalhou com várias empresas e governos, além de organismos como Banco Mundial e Organização das Nações Unidas (ONU).

A Open Knowledge Brasil é uma Organização da Sociedade Civil (OSC) fundada em 2013, sem fins lucrativos e que tem entre seus valores o apartidarismo. Integra a comunidade da OKFN desde 2010 e como capítulo da organização no Brasil desde 2014, de forma oficial. A OKBR utiliza e desenvolve ferramentas cívicas, projetos, análises de políticas públicas e jornalismo de dados, buscando promover o conhecimento livre em diversos campos, sendo conhecida também como Rede do Conhecimento Livre. Na esfera política, um dos objetivos é tornar a relação entre governo e sociedade mais próxima e transparente.

³⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/11/conheca-brasileiros-que-resolveram-denunciar-corrupcao-de-governantes.html>

A instituição também fornece serviços relacionados a dados abertos para organizações, incluindo capacitações. A organização é dividida em três eixos de atuação: *Advocacy* e Pesquisa, Inovação Cívica e Escola de Dados. Para a organização, inovação cívica está ligada ao esforço de criar novas soluções que empoderem ou facilitem a vida do cidadão, abrangendo o cenário político, mas também campos como mobilidade urbana, educação, saúde e meio ambiente.

A organização realiza campanhas de financiamento coletivo. Tais campanhas de *crowdfunding* corresponderam, em 2019, a 12% das fontes de receita da organização. A maior parte, 63,7% vem de patrocínios, e 13% de serviços prestados. Naquele ano, a organização teve um total de despesas no valor de R\$ 785.513,11, e uma receita de R\$ 961.730,74, conforme painel disponível no site da organização (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a).

O trabalho da Open Knowledge Brasil é feito utilizando e priorizando plataformas e códigos abertos, disponíveis para análises externas, como é o caso do Serenata. Outro ponto destacado pela organização é o controle social, comum aos projetos que integram a OKBR. O enfoque é no combate à corrupção e no monitoramento de políticas públicas, no que, assim como a OSA, várias plataformas que integram o eixo de Inovação Cívica da Open Knowledge Brasil buscam atuar.

Com a discussão em torno das Open Knowledge Brasil encerramos este capítulo referente aos Atores e, a seguir, passamos a tratar as iniciativas sob duas dimensões: Técnica (Capítulo 6) e Política (Capítulo 7).

6. DIMENSÃO TÉCNICA: PLATAFORMAS, FUNCIONALIDADES E CARACTERÍSTICAS

Neste capítulo, realizamos a análise sob uma dimensão técnica dos projetos que formam o *corpus* deste estudo. A análise foi realizada em duas etapas, a partir do método da Observação Sistemática (GIL, 2010), adaptada ao ambiente on-line: inicialmente verificamos a presença das iniciativas Fala.BR, Operação Serenata de Amor e Guia do Voto em ambientes digitais. Depois, investigamos e dimensionamos como e o quanto as funcionalidades da comunicação móvel e da comunicação em rede foram incorporadas em cada projeto, conciliando tecnologia e inovação.

A Figura a seguir sintetiza como se configurou as variáveis de análise da Dimensão Técnica definida por nós: mapeamento e descrição da presença em ambientes digitais, seguidos pela observação das funcionalidades, segmentadas por comunicação *mobile* e comunicação em rede:

Figura 10: Dimensão técnica - Categorias de Análise



Fonte: Elaboração própria.

O primeiro tópico de análise foi identificar em que ambientes digitais as experiências analisadas estão presentes, a fim de compreender sua abrangência e formas de atuação, como se segue.

6.1. PRESENÇA EM AMBIENTES DIGITAIS

Nesta seção, temos como objetivo discutir alcances, limites e possibilidades de uso de diferentes ambientes ou espaços digitais feitos pelos projetos analisados. Para tanto, partimos de uma descrição dos ambientes utilizados pelas iniciativas Fala.BR, Operação Serenata de Amor e Guia do Voto e, em seguida, mapeamos a presença dos projetos em diferentes ambientes digitais; identificamos os ambientes mais utilizados pelos projetos e descrevemos os formatos adotados.

Os projetos analisados estão presentes em sites, redes sociais e/ou aplicativos. Para verificar inicialmente se há presença em diferentes ambientes digitais adotamos os seguintes parâmetros:

- Para ambientes em que o projeto está presente atribuímos o valor “+”;
- Para ambientes em que a presença equivale à forma de atuação efetiva do projeto, isto é, há a possibilidade de uso, não só de divulgação, atribuímos “++”; e
- Onde não haja presença, atribuímos o sinal “-”.

Quadro 2: Dimensão Técnica – Presença em ambientes digitais: versão *mobile*

Presença em Ambientes Digitais			
Iniciativa	Site	Rede Social	Aplicativo
Fala.BR	++	++	++
Serenata de Amor	++	++	-
Guia do Voto	++	+	++

Fonte: Elaboração própria

Como podemos observar, há uma disparidade na presença em ambientes digitais por parte dos projetos analisados. Dois aspectos podem ser destacados: os ambientes são utilizados de maneira diversa e priorização distinta, e ainda, há projeto sem qualquer presença em determinado ambiente, enquanto outro mantém presença nos três ambientes analisados.

Todos os projetos possuem sites e permitem uso efetivo por meio do site. O Fala.BR tem no portal a principal plataforma de uso; o Guia do Voto oferece o site como alternativa ao aplicativo próprio; e a Operação Serenata de Amor disponibiliza o site do Jarbas para consulta de pedidos de reembolso pela cota parlamentar. O site oficial da Operação é utilizado como canal de informações sobre o projeto.

Os três projetos também têm presença em redes sociais, mas a Operação Serenata de Amor e o Fala.BR oferecem possibilidades de uso. O primeiro, em um perfil próprio no Twitter e, o segundo, na página da CGU no Facebook, por meio do *chatbot* Cida. O Guia do Voto utiliza as redes sociais apenas como canal de divulgação ou, ainda, como repositório de vídeos no YouTube.

Apenas o Guia do Voto possui aplicativo próprio. O Fala.BR disponibiliza um canal no aplicativo de mensagens instantâneas Telegram. Apesar de não possuir app próprio, permite integração com a plataforma via mensageiro, utilizando o *chatbot* Cida. A Operação Serenata de Amor não possui aplicativo.

Assim, o Fala.BR pode ser utilizado via site, rede social ou aplicativo. A Operação Serenata de Amor tem sua atuação efetiva principalmente na rede social Twitter e no site de apoio às denúncias, o Jarbas. O Guia do Voto disponibiliza uso tanto por site quanto por aplicativo próprio. Portanto, há mais opções de acesso para uso direto da plataforma no Fala.BR, presente em três ambientes. Operação Serenata de Amor e Guia do Voto podem ser utilizadas a partir de dois ambientes cada, reservando os demais para divulgação.

É importante destacar que a mera presença em ambientes digitais não equivale a maior acesso ou qualidade do conteúdo oferecido, embora diversifique as alternativas. Isso porque diferentes ambientes oferecem formas diversas de participação e interação com o usuário e possuem formatos e finalidades também diversas.

Um aplicativo, por exemplo, pode carregar a ideia de tornar a vida dos usuários mais fácil, de modo a customizar um dispositivo de acordo com as necessidades dos usuários, o que pode ampliar as possibilidades de uso, pois está sempre à mão. Já as redes sociais são um canal com presença frequente dos cidadãos, muitas com uso livre nos pacotes de dados, o que também amplia possibilidades de acesso. Os sites geralmente são mais formais e mais bem estruturados.

A seguir, partimos para uma descrição de como se dá essa presença em ambientes digitais dos projetos Fala.BR, Operação Serenata de Amor e Guia do Voto, com uma

discussão acerca de alcances, limites e possibilidades verificadas no que tange a presença e usos em ambientes digitais.

6.1.1. Fala.BR: presença e usos em ambientes digitais

O Fala.BR tem em sua página na Internet o principal ambiente para utilização da plataforma, embora ofereça canais de acesso alternativos. Pela plataforma é possível realizar pedidos de acesso à informação, denúncias, elogios, reclamação, sugestões para desburocratizar o serviço público, solicitações e outros tipos de indicações.

Com design adaptado para estações fixas e dispositivos móveis, o site do Fala.BR funciona inteiramente em ambiente on-line. Não há aplicativo próprio, mas, como dissemos anteriormente, é possível acessar via Telegram, pela Cida. No entanto, o acesso sem necessidade de instalação de qualquer app é apontado pelo projeto como mais um facilitador para o usuário.

De fato, a necessidade de instalação de um aplicativo para uso de determinada plataforma pode ser um impedimento nos casos em que haja dificuldade de acesso à Internet. Por outro lado, quando somada a uma alternativa como um site, o aplicativo pode representar mais uma forma de acesso, principalmente útil para usuários frequentes, e com acesso mais amplo à rede.

No momento da pesquisa³⁵, o Fala.BR oferecia sete tipos de manifestação e acesso a serviços ao cidadão em seu site, pelo Messenger do Facebook ou pelo Telegram. Os ícones com nome de cada serviço aparecem com as respectivas informações básicas sobre cada um, que detalhamos a seguir:

Acesso à Informação é a área voltada para solicitações de acesso a informações públicas pela Lei de Acesso à Informação (LAI). Essa é a opção para receber informações produzidas ou custodiadas pelo Governo Federal.

Denúncia é o campo para comunicar ato ilícito praticado contra a Administração Pública. Pode ser acessado para comunicar ocorrências como atos ilícitos e prática de irregularidade por agentes públicos ou violação de direitos humanos. É assegurada a preservação do anonimato dos denunciantes, sendo possível realizar uma denúncia sem necessidade de cadastro, embora nesse caso não há uma resposta à manifestação.

³⁵ Esta etapa da pesquisa foi efetuada nos meses de maio, junho e julho de 2020.

O ícone **Elogio** é disponibilizado para registrar elogios a um atendimento público. É a opção para o cidadão que foi bem atendido ou está satisfeito com o atendimento recebido e deseja compartilhar isso com a Administração Pública.

Já **Reclamação** é para manifestar insatisfação com um serviço público. Podem ser registradas críticas, relatos de ineficiência ou casos de omissão na prestação de um serviço público. Neste campo também não há exigência de cadastro, mas a manifestação não recebe resposta como ocorre com Denúncias sem identificação.

Simplifique é o espaço para sugestões de ideias para desburocratizar o serviço público. Diferente dos demais, o Simplifique foi lançado diretamente no Fala.BR, disponibilizando espaço para apresentar propostas de melhoria para serviços precários, obsoletos, burocráticos ou ineficientes.

Solicitação é um campo para pedidos de atendimento ou uma prestação de serviço que pode ser material, como pedido de um medicamento, ou a ação do órgão em uma situação específica.

Também há a opção **Sugestão**, para envio de ideia ou proposta de melhoria dos serviços públicos.

O Fala.BR ainda oferece as opções “Consulte sua manifestação” e “Perguntas Frequentes”, além de links para outras páginas, como detalhamos no Item 7.2, sobre as funcionalidades.

É importante destacar que para manifestações do tipo Acesso à Informação, Elogio, Simplifique, Solicitação e Sugestão, o usuário deve ter um cadastro na plataforma Fala.BR, que exige nome, e-mail e um documento como CPF. Também é possível acessar por meio de cadastro no programa Cidadão.BR (Cadastro único de autenticação digital do cidadão para acesso a serviços públicos digitais). A partir de atualização da versão do sistema, o e-mail passou a não ser obrigatório quando o registro de manifestação é feito por servidor de Ouvidoria para um usuário.

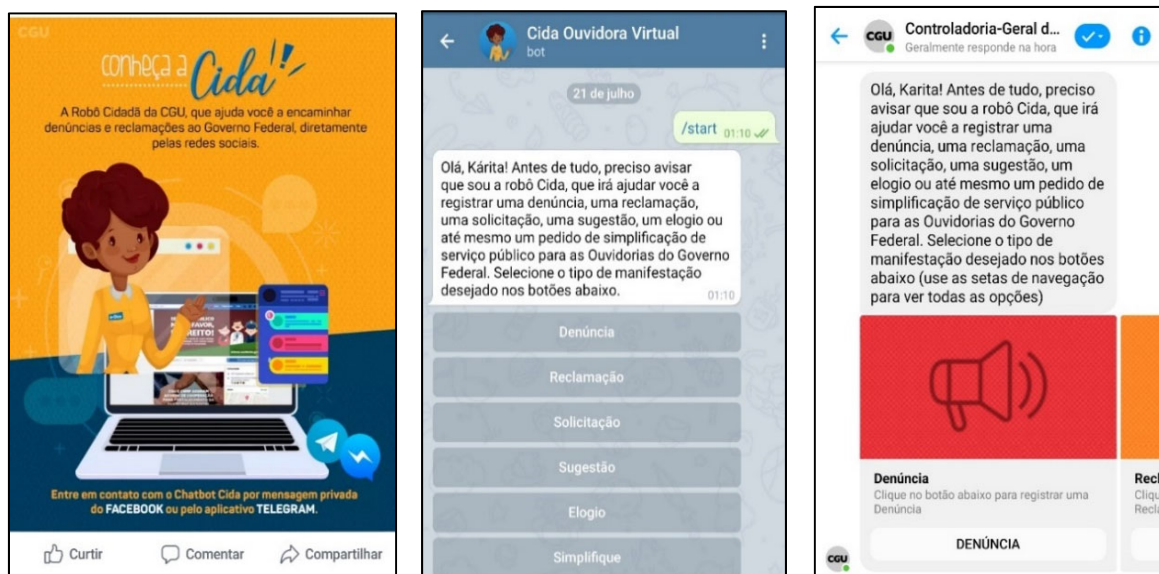
Como descrevemos, para Denúncias e Reclamações, é possível realizar uma manifestação na plataforma sem cadastro, mas nesses casos, não é gerado um número de protocolo nem há resposta para a manifestação.

Para consultar o andamento de uma manifestação, o usuário deve preencher o número da manifestação e a chave de acesso no sistema. Também é oferecida a possibilidade de o cidadão comparecer presencialmente na Ouvidoria solicitada portando o número da manifestação. A alternativa demonstra atenção à exclusão digital e dificuldades de acesso à rede.

Informações referentes ao Fala.BR também são divulgadas nas redes sociais da CGU no Facebook, Instagram e Twitter. Porém, não há páginas específicas sobre o projeto nessas redes. Se, por um lado isso confere um maior alinhamento às publicações, que ganham em uniformidade e seguem uma estratégia única de divulgação desenvolvida pelo órgão, por outro, pode dificultar o acesso a esse conteúdo para usuários que desconheçam o vínculo da plataforma com a CGU.

É possível acessar o Fala.BR por meio da página oficial da CGU no Facebook, pelo botão Enviar Mensagem. O *chatbot* Cida oferece as mesmas funções disponíveis no site, permitindo, inclusive, realizar um pedido de acesso à informação diretamente pela rede. Isso também é possível pelo Telegram, em que Cida interage com o cidadão por meio do contato @CidaOuvidoriaVirtualBot. Nós entramos em contato com a CGU via Cida tanto pelo Facebook quanto pelo Telegram a fim de verificar como se dá a interação com o *chatbot*, como mostram as imagens a seguir:

Figura 11: *Chatbot* Cida da CGU



Fonte: Captura de tela de post de divulgação no Facebook da CGU (à esquerda), de conversa pelo Telegram (ao centro) e de conversa pelo Messenger do Facebook (à direita)

O robô é uma iniciativa pioneira na Administração Pública brasileira, com ampliação de possibilidades para pedidos de acesso à informação, denúncias e dúvidas. É Cida que leva efetivamente o Fala.BR para as redes sociais e para um aplicativo de

mensagens instantâneas, tornando a plataforma mais acessível, próxima a diferentes públicos e com uma linguagem informal e menos burocrática.

A CGU recebe desde 2015 manifestações dos usuários por meio do chat da rede social. Mas essas manifestações eram tratadas de forma manual pela equipe de Comunicação Social do órgão até dezembro de 2018, quando o órgão lançou a robô.

O nome Cida refere-se às iniciais de *Chatbot* Interativo de Atendimento Cidadão. O *chatbot* é baseado em inteligência artificial para simular um ser humano no diálogo com os usuários. Pelo chat, o usuário pode tirar dúvidas ou protocolar diretamente manifestações relacionadas a denúncias, sugestões, solicitações, reclamações, elogios ou pedidos de simplificação – funcionalidades incorporadas pelo Fala.BR.

Cida representa uma integração entre plataformas de redes sociais, Facebook e Telegram, com um sistema integrado de atendimento ao cidadão, beneficiando o usuário pela conveniência. Nem a página oficial do governo federal, nem da Câmara dos Deputados ou o Senado Federal oferecem funcionalidade semelhante³⁶.

Como vimos, o Fala.BR é um projeto multiplataformas, que pode ser acessado via site, rede social ou via aplicativo do Telegram. Lançando mão de recursos de inteligência artificial, o projeto integra diferentes ambientes digitais o que favorece e aproxima cidadãos dos fins que o projeto encerra de se configurar como plataforma de comunicação entre cidadãos e Administração Pública. No entanto, não há uma unificação do nome Fala.BR nem páginas específicas do projeto.

6.1.2. Guia do Voto: presença e usos em ambientes digitais

O projeto Guia do Voto é composto por um aplicativo e uma página na Internet. Há ainda páginas específicas no Facebook e Instagram que divulgam o projeto e vídeos no canal da Votorantim no YouTube. As redes sociais, no entanto, não são utilizadas como plataformas em que se possa fazer uso efetivo do Guia, servindo como canais de divulgação e suporte. O site e o aplicativo disponibilizam o mesmo conteúdo, com adaptação de formato para computador e dispositivos móveis. Não ocorre o mesmo para usuários com e sem cadastro, que obtêm acessos distintos aos conteúdos.

³⁶ Governo Federal no Facebook: <https://www.Facebook.com/governodobrasil>
Câmara dos Deputados no Facebook: <https://www.Facebook.com/camaradeputados>
Senado Federal no Facebook: <https://www.Facebook.com/SenadoFederal>

O aplicativo do projeto, com mais de 100 mil downloads e 454 avaliações³⁷ na *Play Store*, possui uma nota de 2,9 em Avaliações e Resenhas de usuários. A maior parte das avaliações negativas na loja de apps da Google refere-se à necessidade de cadastramento. No que se refere à exigência de cadastro, a Votorantim S.A. respondeu algumas avaliações dizendo que os dados dos utilizadores não ficam registrados e o cadastro é apenas uma forma de contabilizar os usuários do app.

Apesar de ser possível acessar conteúdos do Guia do Voto sem cadastro, alguns campos apresentam uma versão resumida para usuários não identificados, como o teste O que eu sei sobre as eleições?, que disponibiliza apenas três perguntas para não cadastrados. Outros espaços são abertos somente após identificação. Para acessar os conteúdos completos, o usuário pode tanto se conectar por uma conta no Facebook ou preencher um formulário que solicita e-mail, senha e Estado. Nome e outras informações não são solicitadas.

Figura 13: Solicitação de Cadastro Guia do Voto

A imagem mostra duas telas do aplicativo 'Guia do Voto'. A tela da esquerda, que é a principal, tem um cabeçalho com o nome 'Guia do Voto' e um ícone de menu. Abaixo, há uma ilustração colorida de uma família diversa (um homem idoso em uma cadeira de rodas, uma mulher idosa, um homem jovem, uma mulher jovem e um médico). O texto principal diz: 'Que tal continuar praticando? Faça seu cadastro!' e há um botão laranja grande com o texto 'CADASTRE-SE'. A tela da direita é a tela de cadastro, com o título 'Insira seus dados abaixo:' e um aviso '*Campos obrigatórios.'. Ela oferece a opção de 'CONECTE-SE COM O FACEBOOK' e uma seção para login com e-mail e senha, com campos para 'E-MAIL*', 'SENHA*' e 'CONFIRMAR SENHA*'. Há também um campo para 'ESTADO*' com uma seta para baixo. No final, há uma opção de login com Facebook e um botão laranja 'FINALIZAR'. Um ícone de ajuda (?) está no canto inferior direito da tela de cadastro.

Fonte: Captura de Tela do aplicativo Guia do Voto

³⁷ Informações de em 22 de junho de 2020, 23h.

O app e o site são divididos nos seguintes campos, detalhados a seguir:

Eleitos 2018 é um campo para o usuário visualizar o total de cadeiras eleitas em 2018 conforme o partido político. Há um filtro por ordem alfabética do partido e um por total de cadeiras.

O espaço **Cidadania Nota 10** apresenta um teste com conteúdos sobre eleições no Brasil com o título O que eu sei sobre as eleições?. O espaço tem uma chamada para que o usuário teste seus conhecimentos e esteja por dentro do que é importante saber para praticar a cidadania.

Minhas prioridades é um espaço voltado para o usuário definir um perfil ideal do seu candidato. São apresentados dois subcampos Se eu fosse um político e O que eu valorizo. O espaço Se eu fosse um político disponibiliza perguntas sobre como o usuário reagiria diante de alguns temas e, em seguida, apresenta como os partidos políticos votaram o tema em questão. A base de informações utilizada é o Banco de Dados do Legislativo do CEBRAP/NECI, construído a partir de fontes oficiais. O que eu valorizo é um espaço somente acessível para usuários cadastrados. Ali é disponibilizada uma lista de temas apontados por pesquisa do Ibope sobre o que o eleitor brasileiro valoriza. Ao final, o app hierarquiza as prioridades a partir das respostas dadas pelo usuário e apresenta o tema que seria o mais valorizado por ele.

Você Sabia é um campo que contém dicas e curiosidades sobre temas relacionados a eleições. Por exemplo: Você sabe como funciona o Poder Legislativo? São eles que fazem as leis e fiscalizam o Poder Executivo; Você sabe mesmo o que significa democracia e a importância dela nas nossas vidas?. Em diversos conteúdos, o usuário é direcionado para assistir a um vídeo do cientista político Humberto Dantas, responsável pelo guia.

O documento **guia do voto** é outro conteúdo disponibilizado no aplicativo e no site. Trata-se de um conteúdo basilar do projeto, que corresponde a boa parte do que é abordado em outros campos do site e do aplicativo, estando no documento de forma sistematizada. Autodefinido como o guia do voto consciente, o espaço diz: Aqui você aprende, tira dúvidas e se atualiza sobre tudo o que é importante saber sobre as eleições. Aproveite! (DANTAS, 2018b).

O guia é dividido em seis capítulos: Introdução, As eleições, Os partidos políticos, O sistema eleitoral, O Poder Legislativo e seus cargos, e O Poder Executivo e seus cargos, todos elaborados por Humberto Dantas e compostos por subitens. Além do formato interativo, em que o usuário pode criar sua navegação, a partir de conteúdos de seu

interesse e de forma não linear, é ainda disponibilizado um arquivo no formato PDF que pode ser baixado.

Assim, no que concerne a ambientes digitais, o Guia do Voto permite acesso tanto por site quanto por aplicativo próprio. As redes sociais são utilizadas apenas como divulgação e suporte. Nesse sentido, como forma de expansão, o uso de *chatbots* que ajudem usuários presentes nas redes sociais a tirar dúvidas e a se informar pode ser uma alternativa de ampliação de alcance. A ação prescindiria de cadastro e poderia contribuir para aproximar do projeto públicos distintos, como jovens e pessoas não engajadas o suficiente para baixar um app ou para buscar a página do projeto, configurando como mais uma conveniência.

6.1.1. Operação Serenata de Amor: presença e usos em ambientes digitais

O projeto dispõe de diversos canais digitais relacionados, no entanto, trata-se de espaços institucionais para divulgação. Há um site oficial, um campo no espaço de Inovação Cívica no site da Open Knowledge Brasil, e uma página no Facebook própria do projeto.

Para acessar diretamente as informações geradas pela iniciativa a respeito de gastos suspeitos com a Cota para Exercício da Atividade Parlamentar, são disponibilizados dois espaços: a página de Jarbas e o Twitter de Rosie, @RosieDaSerenata. São nesses canais que nos detemos para análise neste tópico e consideramos aqui como plataforma de atuação efetiva.

O principal canal de comunicação da Operação é o Twitter. Ali são publicados os gastos suspeitos com a Cota para o Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP) identificados a partir de inteligência artificial e confirmados pela equipe. As publicações possuem link para o site de Jarbas, que disponibiliza mais informações sobre a suspeita levantada.

Na autodescrição ou *bio* de Rosie no Twitter lê-se: “A Robô da Operação Serenata de Amor. Analisa e identifica suspeitas em gastos de deputados federais em exercício de sua função” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020c). O perfil foi criado em janeiro de 2017 e possui 39,8 mil seguidores. Rosie segue 565 outros perfis, principalmente de deputados federais e de senadores³⁸.

³⁸ Análise deste tópico em 20 de junho de 2020.

Figura 12: Imagem de Rosie



Fonte: Captura de tela de imagem no Twitter

Em fevereiro de 2019, o Twitter retirou de Rosie a possibilidade de marcar diretamente em uma postagem o perfil de um parlamentar com gasto suspeito, além do perfil da Câmara dos Deputados. A rede social chegou a impedir Rosie de publicar, classificando as postagens automatizadas como *spams*.

A conta do robô voltou a postar conteúdos de forma automática dez dias depois da suspensão, mas sem a possibilidade de marcar o perfil do parlamentar citado. Desde então, para que o perfil citado receba uma notificação na rede social, é preciso que algum usuário mencione o parlamentar no comentário da publicação.

Por requerer ainda maior participação e engajamento dos usuários, a restrição imposta pelo Twitter pareceu prejudicar a relação até então estabelecida pela Operação Serenata de Amor. Esta percepção foi confirmada pela Open Knowledge Brasil, em resposta à pesquisadora sobre o impacto da mudança no Twitter:

Sim, afetou bastante. Pois o papel do *Twitter* seria facilitar o debate público, e sendo assim, nós entendemos que um deputado federal deve explicações à sociedade civil a respeito de uma suspeita de mau uso do recurso público. Essa atitude do *Twitter* dificulta o amplo debate de um parlamentar com a sociedade (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

A plataforma de rede social digital se posiciona como espaço intermediado por Rosie, uma inteligência artificial, para a comunicação direta entre parlamentares eleitos e cidadãos. Conexão, tecnologia e exercício da cidadania aliados. Com o impedimento de marcar o deputado, Rosie agora apenas cita o parlamentar suspeito, seguido da pergunta Você pode me ajudar a verificar?. A publicação divulga ainda o link da página no Jarbas

contendo mais informações, e a *hashtag* #Serenatadeamor, que facilita a busca por usuários que pesquisem por essa expressão no Twitter.

Na página de Jarbas, diversas informações adicionais são disponibilizadas. Por meio de um redirecionamento ao site da Câmara dos Deputados, é possível visualizar o recibo de cada suspeita levantada por Rosie. Há ainda um link com o mapa do local onde foi registrada a realização do gasto. Também é disponibilizado um campo com o resumo do gasto contendo nome do deputado, data da despesa e do pedido de reembolso, o fornecedor e o valor da despesa. Outras informações que podem ser consultadas são detalhes do reembolso, o perfil do deputado, conforme disponibilizado no site da Câmara, outros reembolsos no mesmo mês e a subcota utilizada.

É possível realizar diferentes pesquisas na página de Jarbas sobre reembolsos solicitados por parlamentares. Há filtros disponíveis por reembolso suspeito, nota fiscal digitalizada, pagamento ao fornecedor, por estado, por ano (a partir de 2009), por mês, tipo de documento fiscal e subcota. O espaço pode ser utilizado para a realização efetiva do controle social proposto pelo projeto, pois contém informações técnicas e detalhadas, tendo uma proposta diferente da publicação do nome do parlamentar no Twitter.

Além da página do Jarbas, a Operação possui um site institucional, próprio do projeto: <https://serenata.ai/>. No local, são disponibilizadas informações sobre a Operação e a cota parlamentar, números do projeto e algumas perguntas frequentes. Não há dados sobre as denúncias feitas pela Operação, como ocorre com Jarbas. Um relatório mensal de atividades é divulgado nas redes sociais do projeto e para e-mails cadastrados, mas refere-se a ações, eventos e programas desenvolvidos. A Operação possui também uma página no Facebook, com mais de 68 mil curtidas, utilizada para divulgação das ações.

A Operação Serenata de Amor não possui um aplicativo próprio. Um app seria especialmente bem-vindo para usuários mais engajados e que acessam com frequência os conteúdos. Seria possível permitir notificações, conforme interesses manifestados pelos usuários, o que auxiliaria no acompanhamento de determinados assuntos – região, nome do parlamentar ou subcota, por exemplo. Infográficos com dados consolidados também seriam particularmente válidos quando facilmente acessíveis por meio de um aplicativo próprio.

6.2. FUNCIONALIDADES *MOBILE* E COMUNICAÇÃO EM REDE

Outro âmbito desta análise técnica, refere-se à incorporação de Funcionalidades *Mobile* e de características da Comunicação em Rede nos projetos analisados. Utilizamos as quatro funcionalidades propostas por Palácios *et al.* (2015) para verificação no campo do jornalismo *mobile*, numa ampliação para outros conteúdos comunicacionais: Tactilidade, Localibilidade, Nivelabilidade e Opticabilidade, com acréscimo da Plasticidade (CANAVILHAS, 2014, 2016; EMPINOTTI, 2020).

Somamos à análise a observação das seguintes características da comunicação em rede: Interatividade (LÉVY, 1998, 1999; BARBOSA; GRANADO, 2004, CANAVILHAS, 2014; ROST, 2014), Hipertextualidade (LEÃO, 1999; BARBOSA, 2004; CANAVILHAS, 2014), Multimidialidade (CASTELLS, 1999; SALAVERRÍA, 2014; ITO, 2018) e Memória (LÉVY, 1993; PALÁCIOS, 2014).

Dessa forma, conciliamos a análise das funcionalidades em dispositivos móveis **Tactilidade, Localibilidade, Nivelabilidade, Opticabilidade e Plasticidade**, às características da comunicação em rede, nos atendo à **Interatividade, Hipertextualidade, Multimidialidade e Memória**. As análises foram realizadas nos sites, nas redes sociais e nos aplicativos das iniciativas que compõem o *corpus* desta pesquisa, relacionando com formas possíveis de contribuição com a Comunicação Pública.

6.2.1. Estratégia de análise das funcionalidades *mobile* e características da comunicação em rede

Para definir a estratégia de análise, voltamo-nos inicialmente para a Revisão Bibliográfica. Teses e artigos científicos analisados que investigaram funcionalidades técnicas *mobile* lançaram mão de diferentes estratégias metodológicas: Pesquisa Exploratória, Teste de Usabilidade, Questionário e Observação (CUNHA, 2012; EMPINOTTI; PAULINO, 2017; EMPINOTTI, 2020).

Empinotti (2020) baseada, sobretudo, em Palácios e Cunha (2012), Palácios *et al.* (2015) e Cunha (2017), propõe uma taxonomia para análise das funcionalidades *mobile* em apps jornalísticos a partir de observação.

Por nosso objetivo nesta etapa referir-se a conhecer os recursos da tecnologia móvel empregados nas iniciativas analisadas, buscamos verificar como se dá a incorporação das funcionalidades nas experiências. A observação se mostrou como estratégia ideal, já que nosso enfoque de investigação não se refere à recepção.

Dessa forma, na etapa da análise das funcionalidades *mobile* adotamos a taxonomia proposta por Empinotti (2020), com adaptações. Consideramos que, não obstante as proposições da autora terem como base a análise de apps jornalísticos, a taxonomia foca os aplicativos e não os conteúdos, como ela destaca. Empinotti (2020) explica ainda que o trabalho não faz restrição dos termos ao campo do Jornalismo, antes, são definições gerais. Os pontos mais específicos ao Jornalismo *Mobile* foram adaptados para nossa análise.

Para a classificação das características da comunicação em rede, baseamo-nos principalmente em Palácios (2011), que traz propostas empíricas para observação em cibermeios, com enfoque também no campo jornalístico. Mas, neste caso, criamos nosso próprio sistema de classificação, pautando-o em parte nas condições observáveis sugeridas na obra de Palácios (2011), conforme pertinência, e na pesquisa exploratória realizada por nós nos objetos desta pesquisa.

As funcionalidades e características analisadas são sintetizadas no quadro a seguir:

Figura 14: Dimensão Técnica Fase 2 – Funcionalidades *Mobile* em Rede



Fonte: Elaboração própria

As pesquisas na área da Comunicação que referenciam as funcionalidades *mobile* e da comunicação em rede explicadas até aqui concentram-se no campo jornalístico que, apesar de não ser objeto deste estudo, guarda o campo comunicacional como linha aproximativa. Portanto, a apropriação das taxonomias e proposições dos estudos do ciberjornalismo foi feita por correlação temática, justificada em ampla e sedimentada pesquisa no campo em questão, assim como o fizemos na abordagem teórica.

As observações foram realizadas em todas as plataformas de cada projeto, com base no mapeamento de presença em plataformas realizado anteriormente. Excetuamos para esta análise as plataformas somente utilizadas para divulgação de conteúdo, restando para observação os canais relacionados no Quadro a seguir:

Quadro 3: Plataformas analisadas

Plataformas Analisadas			
Iniciativa	Site	Rede Social	Aplicativo
Fala.BR	X	X	X
Serenata de Amor	X	X	
Guia do Voto	X		X

Fonte: Elaboração própria.

Dessa forma, são objeto de análise sete plataformas relacionadas às iniciativas. Por não se tratar de um estudo clássico comparativo, a ausência da iniciativa em algumas plataformas não prejudica a análise, já que se trata de um estudo de caso múltiplos integrado (YIN, 2010). Justificamos a seguir a definição das plataformas de análise.

O projeto Fala.BR, desenvolvido pela Controladoria-Geral da União para ser uma plataforma digital de comunicação entre sociedade e Administração Pública, é baseado em um site. Outras plataformas integradas direcionam o usuário para a página do Fala.BR ou diretamente para o sistema e-SIC. Para fins de análise, além do site, o *chatbot* Cida foi considerada em sua presença nas redes sociais e no aplicativo Telegram, por ser não só integrada, mas também desenvolvida pela própria CGU e anterior ao Fala.BR. Diferente de projetos de parceiros, Cida compõe o Fala.BR.

O site oficial da Operação Serenata de Amor não foi alvo da observação pois é utilizado como canal de divulgação do projeto, não como plataforma de uso. Neste caso, as plataformas observadas foram o site de Jarbas e a página de Rosie no Twitter.

No Guia do Voto, além do site, o aplicativo do projeto, bastante similar ao primeiro, também foi observado. O projeto está presente nas redes sociais, inclusive com

espaços próprios, mas como destacamos quando averiguada a presença em plataformas, as redes sociais são utilizadas apenas como canais de divulgação do projeto, não para utilização do Guia.

Para o estudo empírico das funcionalidades *mobile* e das características da comunicação em rede seguimos a seguinte sistematização:

1. Aplicações da funcionalidade/característica de maneira geral;
2. Aplicações da funcionalidade/característica para a Comunicação Pública;
3. Exemplos de aplicação da funcionalidade/característica na Comunicação Pública em iniciativas no Brasil e no mundo;
4. A classificação adotada;
5. Tabela de Análise;
6. Discussão dos resultados encontrados por projeto.

Os projetos foram analisados um a um, em cada uma das plataformas de uso efetivo. Quando uma funcionalidade foi constatada em duas plataformas do mesmo projeto classificamos SIM; quando não foi constatada em nenhuma das plataformas do mesmo projeto classificamos NÃO. Na discussão que segue cada tabela, explicitamos onde e como as funcionalidades e características são incorporadas. Para cada funcionalidade/característica definimos, ao final, a classificação do nível de aplicação de cada projeto.

A observação foi feita a partir de um smartphone Android durante os meses de maio, junho e julho de 2020. Iniciamos por tratar as cinco funcionalidades *mobile* verificadas, como segue.

6.3. TACTILIDADE

A Tactilidade é uma funcionalidade básica nos dispositivos móveis, como vimos no Capítulo 3, relacionada às telas sensíveis ao toque presentes em smartphones e tablets. Ela surge não se configurando como uma potencialidade, mas plenamente apropriável para utilizações em aplicativos criados para plataformas móveis (PALÁCIOS; CUNHA, 2012). Trata-se de uma funcionalidade eminentemente técnica, mas relacionada a todas as demais funcionalidades.

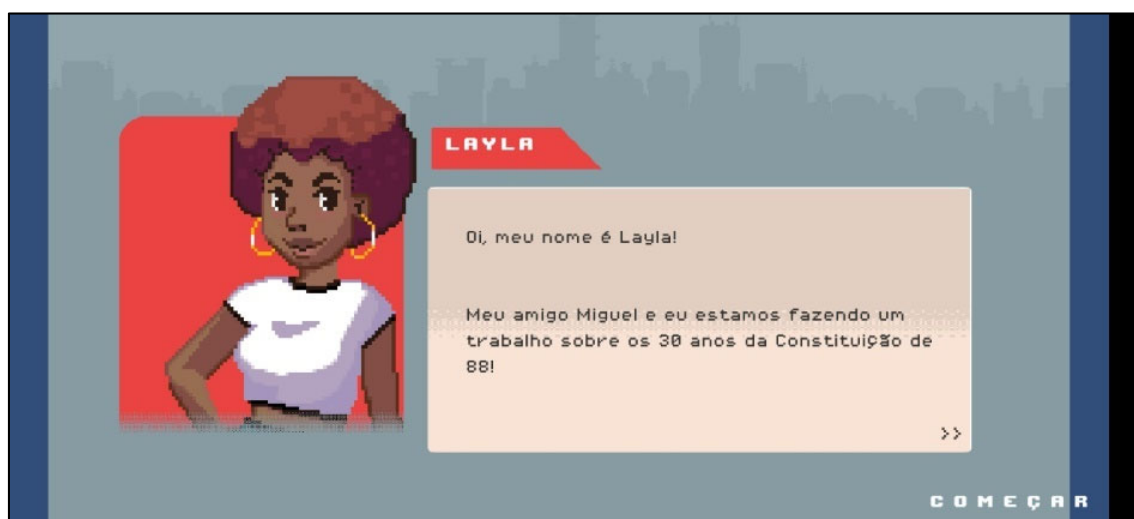
Pode ser utilizada para ampliar conteúdos, alterar imagens, dar play em um áudio ou vídeo, ou rolar uma página, por exemplo. Deficiências no seu desenvolvimento podem

gerar mau funcionamento de uma plataforma, o que pode causar prejuízos para o processo comunicacional e para o consumo das informações disponíveis. Por outro lado, o bom funcionamento e uma certa variedade de gestos táteis, muitos já incorporados nos hábitos dos usuários, podem contribuir para que os conteúdos sejam mais facilmente acessados, e a comunicação mais efetiva.

Para a Comunicação Pública, a Tactilidade pode ser usada em prol do cidadão, proporcionando uma experiência de uso agradável e com mais qualidade. Palácios e Cunha (2012), quando ainda estavam sistematizando a ideia de Tactilidade, argumentaram que se esperava uma mais imediata aplicação em games, considerando uma possível transposição mais direta dos progressos dessa funcionalidade. Em 2018, o governo federal lançou o Só para Constar: o game da Constituição, um jogo comemorativo pelos trinta anos da Constituição Federal de 1988, que pode exemplificar a proposição de uso da Tactilidade em jogos, este com enfoque no cidadão e, portanto, relacionado à Comunicação Pública.

A Tactilidade é um recurso abusado no game, que apresenta desafios aos usuários como coletar páginas perdidas da Constituição, o que é feito por meio de um toque simples que aciona o pulo da personagem selecionada. Em meio às fases, informações sobre a constituinte aparecem na tela. Pode-se observar neste caso que a Tactilidade serve como importante recurso nesta iniciativa, propiciando Interatividade navegacional.

Figura 15: Tela do jogo Só para Constar, o game da Constituição



Fonte: Captura de tela do jogo Só para constar.

Para analisar a Tactilidade nos objetos desta pesquisa, nos baseamos nos seis gestos classificados por Empinotti (2020)³⁹, observando respectivas *affordances*, as possibilidades de uso relacionadas, com pequenas adaptações. Nossa categorização foi definida da seguinte forma: Toque simples (*tap*) para seleção de item; Rolagem para descer e subir a página ou para movimentação lateral; Deslizar para troca de conteúdos e visualização de galerias; Pinçar para aproximar (*zoom*) ou distanciar; Pressionar para revelar opções sobre o item ou selecionar trechos de conteúdos; e Rotacionar para girar imagens ou vídeos.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Tactilidade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99%; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

Tabela 1: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Tactilidade

Observação da Tactilidade: Experiências na Comunicação Pública			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Toque	SIM	SIM	SIM
Rolagem	SIM	SIM	SIM
Deslizar	NÃO	NÃO	NÃO
Pinçar	SIM	SIM	NÃO
Pressionar	SIM	SIM	SIM
Rotacionar	NÃO	NÃO	NÃO
Outras	NÃO	NÃO	NÃO
Total	4	4	3
% de Aplicação	66,67%	66,67%	50,00%
Nível de Tactilidade	Intermediário	Intermediário	Intermediário

Fonte: Elaboração própria.

Verificamos que as três iniciativas se classificam como nível Intermediário, mas o Fala.BR e a Operação Serenata de Amor oferecem uma biblioteca de gestos um pouco mais diversificada, com uma possibilidade de toque a mais que o Guia do Voto. A última, apesar de utilizar menos gestos de comando, ainda se caracteriza no mesmo nível, conforme sintetiza a tabela. Toque simples e rolagem são comuns às três iniciativas. As funcionalidades não oferecidas também se repetem em alguns casos como Deslizar e Rotacionar. A seguir, detalhamos os usos da funcionalidade Tactilidade em cada projeto.

³⁹ A proposta original de Empinotti (2020, p. 179) é: Toque: Seleção de item; Rolagem: Descida e subida da página ou Movimentação lateral; Deslizar: Troca de notícias, visualização de galerias; Pinçar: Zoom in, zoom out; Pressionar: Revelar opções sobre o item, seleção de trechos do texto; Rotacionar: Girar imagem, girar vídeo.

No Fala.BR, o toque simples é utilizado para selecionar os campos de conteúdos que o usuário deseja acessar, como Acesso à Informação, Denúncia ou Reclamação, ou abrir o Menu completo, por exemplo. Isso ocorre nas três plataformas de acesso: site, rede social e aplicativo.

Já a rolagem, utilizada para percorrer a página, é especialmente relevante na tela de um smartphone para que o usuário possa visualizar os sete campos de conteúdos disponíveis para acesso na plataforma. As informações no final da página também ficam disponíveis no Menu, no topo, o que facilita o acesso. No caso do acesso via Facebook ou Telegram, com a Cida, a rolagem se mostra na opção de movimentação lateral.

A pinça aparece apenas no site, como opção de aproximar algum detalhe na página. Ao pressionar os campos disponíveis na primeira página do Fala.BR é possível realizar ações como copiar o endereço ou texto do link, ou ainda compartilhar o link selecionado.

Na Operação Serenata de Amor, a página de Jarbas permite diversas ações a partir do toque simples, principalmente acessar informações adicionais mediante links pela funcionalidade do hipertexto. É possível também selecionar o botão para realizar novas buscas e acessar o Menu, composto por hiperlinks.

No Twitter, o toque simples é utilizado na página de Rosie para ações oferecidas pela própria plataforma de rede social como para *retweetar*, curtir conteúdos publicados, e abrir o espaço para realizar um comentário, com a possibilidade inclusive de, pelo toque simples, adicionar imagens, GIFs, gráficos e localização nos comentários, isto é, a confluência entre funcionalidades *mobile*. Também é possível acessar comentários, curtidas, retweets e respostas feitos pela página, mas Rosie não utiliza essas possibilidades e realiza apenas publicações em texto. Não há nenhuma foto e apenas uma curtida em publicação, que data de 13 de abril de 2017, como será mostrado na Multimídiaalidade.

A rolagem é uma funcionalidade bastante utilizada para acessar o conteúdo da Operação Serenata de Amor na página de Jarbas. Suspeitas direcionadas por Rosie pelo Twitter são disponibilizadas com mais informações no site, como Resumo, Detalhes do reembolso, Detalhes do Deputado, Outros reembolsos do parlamentar com gasto suspeito. Todos esses conteúdos podem ser acessados mediante toque simples e, quando necessário, rolagem. A página inicial de Jarbas é bastante extensa, sendo muito necessário o gesto de rolagem, especialmente para acessar os filtros de busca, que ficam só no final da página.

No Guia do Voto, o toque é o principal comando utilizado. Com um toque simples é possível acessar praticamente todos os conteúdos disponíveis em ambas as plataformas, site e aplicativo. No entanto, o comando apresentou travamentos em diversas ocasiões durante a observação – situação que também foi relatada em avaliações do aplicativo na loja de apps do Google. Usuários reclamaram de travamentos no aplicativo e problemas com o *touchscreen*⁴⁰, o que prejudica a usabilidade da plataforma, que precisa ser reinstalada.

A rolagem é utilizada no aplicativo e no site para percorrer os campos temáticos. Como os conteúdos são concentrados em poucos campos temáticos⁴¹ na página inicial, não são necessários muitos movimentos de rolagem. O mesmo ocorre no campo que leva o nome guia do voto. Apesar de conter um conteúdo extenso, que reúne boa parte das informações espalhadas pelo aplicativo, o guia contém itens e subitens que compilam as informações e requisitam pouco a rolagem nas duas plataformas – o que facilita o acesso.

Nos campos Cidadania Nota Dez e Minhas Prioridades são oferecidas opções para o usuário definir o conteúdo a ser acessado, o que pode ser feito de forma não linear. A escolha é realizada a partir da rolagem horizontal, seguida do toque para selecionar o conteúdo. Assim como o toque simples, o comando apresentou travamentos durante a análise. É possível pressionar e ter acesso a mais informações no site do projeto, fazer download e compartilhar ilustrações.

A partir da observação, verificamos que a Tactilidade é uma funcionalidade medianamente explorada nas experiências analisadas. Isso pode ser explicado não só pelo uso não pleno de comandos, mas porque alguns desses comandos só fazem sentido diante de uma variedade de conteúdos não contempladas pelas plataformas.

Em geral, as iniciativas não utilizam fotos e vídeos, como vamos explorar mais a diante. Esses conteúdos geralmente requerem o comando deslizar e rotacionar, que não foram encontrados nas iniciativas pesquisadas. Ou seja, os gestos táteis que não aparecem representam também uma ausência na variedade de formatos de conteúdos.

Dessa forma, a variedade de comandos poderia ser aumentada nas plataformas pesquisadas, com ganhos efetivos para o cidadão, desde que os gestos não se resumissem a possibilidades de toques por si só, sem relação com a diversificação de formatos e informações aos usuários que a funcionalidade pressupõe.

⁴⁰ Informações de 22 de junho de 2020, 23h.

⁴¹ Os campos são detalhados no item 7.1.3.

Assim como a Tactilidade, outra funcionalidade bastante relacionada a como o usuário experimenta o consumo do conteúdo é a Nivelabilidade, que vamos tratar a seguir.

6.4. NIVELABILIDADE

A Nivelabilidade é uma funcionalidade dos dispositivos móveis relacionada ao posicionamento das telas dos smartphones, com a respectiva adaptação do conteúdo para visualizações na vertical ou na horizontal, conforme dispositivo de acesso, como vimos no Capítulo 3.

Um uso comum da Nivelabilidade se dá em jogos, cujo movimentação do smartphone ou tablet na vertical ou horizontal representa da mesma forma um movimento no jogo, como em um volante ou em uma percorrida em labirinto, por exemplo (PALÁCIOS; CUNHA, 2012). No jornalismo, o modo mais comum é mesmo o da adaptação da leitura (CUNHA, 2017). Outro uso que vem sendo muito requisitado e está relacionado à Nivelabilidade, Interatividade e Opticabilidade é a produção e visualização de imagens em 360°⁴².

Os recursos de vídeos em 360° têm sido utilizados por instituições no mundo todo como museus, parques temáticos e outras atrações artísticas, propiciando aos usuários novos ângulos dos locais.

Para Comunicação Pública, um exemplo de aplicação de vídeo 360° ainda em desenvolvimento é o Projeto Câmara 360°, da Câmara dos Deputados do Brasil. O piloto do projeto apresentou uma sessão da Câmara do dia 11 de abril de 2018 em um vídeo 360°. O vídeo faz uma cobertura jornalística da sessão, mas com um tom informal, apresentando a pauta e espaços do plenário, incluindo o local reservado à sociedade e à imprensa. Experiências semelhantes foram divulgadas pelo Parlamento Europeu e Parlamento Português, mas restritas às instalações físicas⁴³.

⁴² Embora visualizemos que essas três funcionalidades tenham relação com o recurso, optamos por enquadrá-lo em Nivelabilidade por sua vinculação direta ao giroscópio para produção e consumo do conteúdo. Já visitas guiadas diversificadas, que oferecem, além da visualização em 360° outras possibilidades de interação como realidade virtual ou aumentada parecem ser mais bem classificadas como recursos de Interatividade.

⁴³ Disponível em: Parlamento Europeu: https://www.YouTube.com/watch?v=Jh_p5GcrWCQ; Parlamento Português: <https://app.parlamento.pt/visita360/pt/> (visita guiada, com possibilidade de visualização em 360°)

Figura 16: Projeto Câmara 360° do LabHacker da Câmara dos Deputados



Fonte: Captura de Tela: Vídeo na página do LabHacker no YouTube⁴⁴

Para observação da Nivelabilidade nesta pesquisa, realizamos uma adaptação ao modelo taxonômico proposto por Empinotti (2020), que considera a transição para retrato/paisagem segmentada em três momentos distintos: Leitura da capa do jornal ou de uma notícia; Fotografia e Vídeo.

Observamos as iniciativas de forma geral, classificando se a transição retrato/paisagem é oferecida ou não. Foi necessário dividir categorias para aplicação na plataforma principal de cada projeto e em plataformas de apoio, por encontrarmos divergências que, se não observadas, comprometeriam o resultado da observação. Também incluímos a disponibilização de imagens em 360° como uma subcategoria, dada as possibilidades de uso que o recurso propicia e sua relação com a Nivelabilidade.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Nivelabilidade encontrada como: Inativo (nenhuma aplicação); Básico (1 aplicação), Intermediário (2 aplicações) ou Pleno (3 aplicações ou mais). A Tabela a seguir sintetiza os resultados encontrados:

Tabela 2: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Nivelabilidade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Nivelabilidade			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Transição retrato/paisagem na plataforma principal	SIM	SIM	SIM
Transição retrato/paisagem nas plataformas de apoio	SIM	NÃO	SIM
Recursos em 360°	NÃO	NÃO	NÃO

⁴⁴ Disponível em: https://www.YouTube.com/watch?v=_GqUcjJxvoM

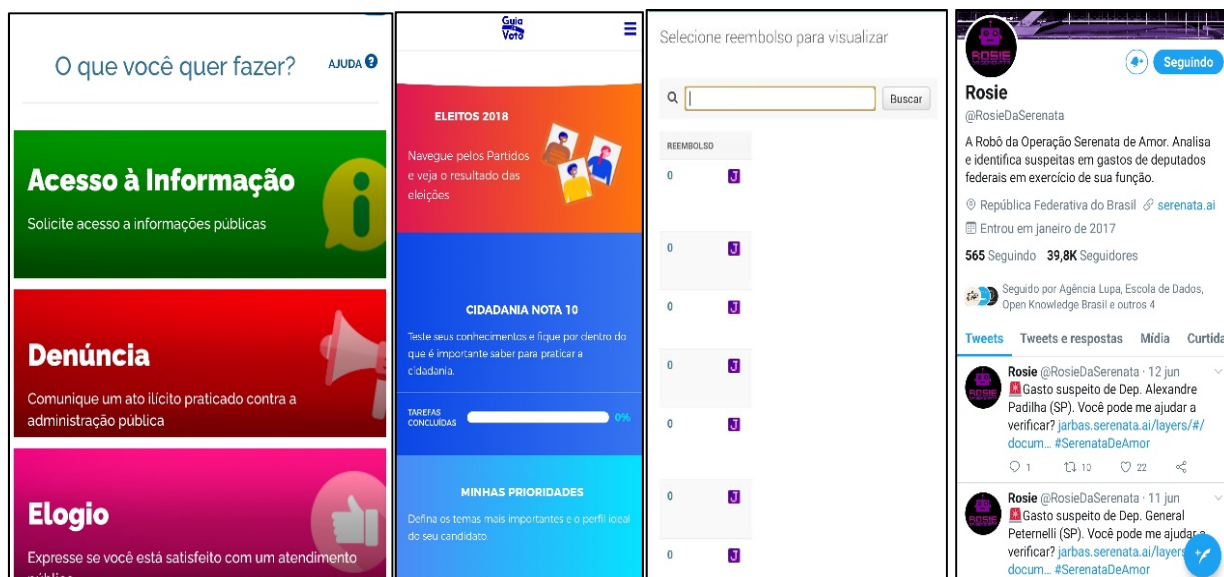
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	2	1	2
% de Aplicação	66,67%	33,33%	66,67%
Nível de Nivelabilidade	Intermediário	Básico	Intermediário

Fonte: Elaboração própria.

Dos projetos analisados, o Fala.BR e o Guia do Voto oferecem a possibilidade de alterar os modos de leitura entre retrato e paisagem, adequando o conteúdo em todas as plataformas. Ambos foram classificados como aplicação intermediária da Nivelabilidade. Não foi verificada disponibilização de recursos de imagem e vídeo em 360°.

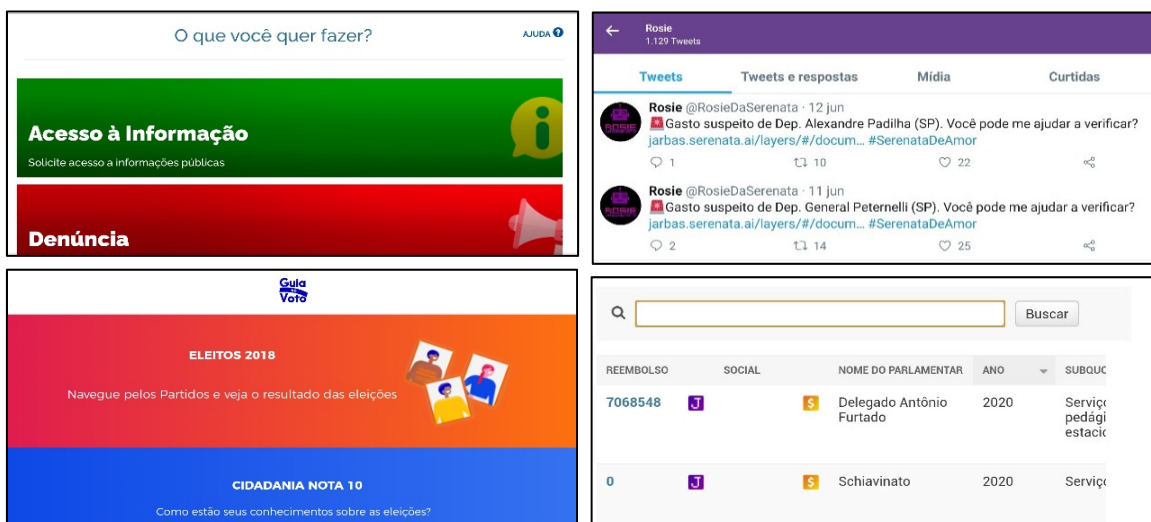
Já na Operação Serenata de Amor, embora seja possível acessar a página de Rosie com conteúdo adaptado à angulação do dispositivo – um recurso oferecido pela própria plataforma de rede social, no site de Jarbas não ocorre adaptação do formato conforme posicionamento da tela. Só é possível a visualização completa dos dados no posicionamento horizontal, o que prejudica a leitura quando há mudança de angulação. As Figuras a seguir demonstram o prejuízo à leitura no caso do site Jarbas.

Figura 17: Nivelabilidade – Tela na vertical das experiências analisadas



Fonte: Captura de tela das páginas iniciais do Fala.BR, Guia do Voto, site do Jarbas e perfil de Rosie no Twitter (respectivamente, da esquerda para direita)

Figura 18: Nivelabilidade – Tela na horizontal das experiências analisadas



Fonte: Captura de tela das páginas iniciais do Fala.BR, Guia do Voto, site do Jarbas e perfil de Rosie no Twitter (respectivamente, da esquerda para direita)

A adaptação dos conteúdos é importante, mesmo em casos em que não se utiliza recursos de áudio, vídeo e fotografia, como os projetos analisados. A experiência do usuário ganha em qualidade quando se pode optar pela variação de posicionamento sem prejuízo à visualização do conteúdo.

Além da Tactilidade e da Nivelabilidade, outras funcionalidades características da comunicação móvel podem ser observadas e, quando atendidas, elas podem favorecer a participação cidadã, conferindo mais possibilidades de uso e consumo nas plataformas. Abordamos a seguir a Localibilidade.

6.5. LOCALIBILIDADE

A Localibilidade é a funcionalidade relacionada ao sensor de GPS dos dispositivos móveis e está vinculada à localização do usuário, como vimos no Capítulo 3. Cada vez mais integrados à rotina contemporânea, os acessos a mapas e serviços com geolocalização por smartphones são muito requisitados.

São muitas as possibilidades e os exemplos de uso para esta funcionalidade, incorporada por diversos setores no mundo todo. Grandes plataformas personalizadas utilizam a Localibilidade para o consumo, como redes de hospedagem, alimentação e

transporte. Por outro lado, a localização também é utilizada como parte da política de vigilância em rede e pode servir de insumo para a mercantilização de dados pessoais, cada vez mais personalizados.

Na Comunicação Pública, o tensionamento entre usar a geolocalização para atender uma necessidade do cidadão de forma personalizada e o de explorar a informação pessoal para fins políticos e mercadológicos também é real. Ainda assim, a geolocalização pode ser um recurso importante para auxiliar na distribuição e no consumo de conteúdos personalizados, desde que sob conhecimento e permissão dos usuários, e tendo asseguradas a segurança de dados e a privacidade.

Tais ações podem ser feitas também por aplicativos próprios de instituições, notificando os usuários sobre assuntos de seu interesse, como projetos voltados ao controle social de parlamentares, por exemplo, utilizando a geolocalização como uma das formas para personalização de conteúdos. Também pautada na geolocalização para incrementar a comunicação entre governo e sociedade, por meio da tecnologia móvel, é a possibilidade de indicação de serviços públicos próximos, conforme a necessidade do cidadão.

A grande vantagem é fazer a informação chegar a quem precisa, inclusive sugerindo rotas e informações de contatos. A dificuldade principal, além da questão tecnológica no cruzamento de dados, é o velho risco da descontinuidade da ação, após mudanças de gestão. Aplicativos como Equipamentos Públicos e Proteja Brasil, citados por Lima (2017), foram interrompidos ou alterados nos últimos anos, representando prejuízo para a comunicação estabelecida entre cidadãos e governo nesses casos.

Um app que permite aos cidadãos monitorarem ações e gastos dos deputados federais atualmente é o Monitora, Brasil. Por ele, é possível acompanhar informações como total de gastos, quantidade de projetos e a assiduidade do parlamentar. Para usuários cadastrados, pode-se visualizar conteúdos de acordo com o Estado informado pelo usuário, mas isso não é feito de forma automática. A partir da localização selecionada feita pelo usuário, o app possibilita um controle social regionalizado, com acesso a infográficos, andamento dos projetos de lei de autoria dos deputados e contatos dos gabinetes.

Outro exemplo que usa plataformas tecnológicas e geolocalização favorecendo a Comunicação Pública é a ação promovida pela equipe de Comunicação da Assembleia Legislativa de Santa Catarina que envia informações sobre audiências públicas por uma lista de transmissão no WhatsApp, conforme a microrregião dos usuários (CASTRO,

2020). O número de WhatsApp é divulgado na página da instituição na Internet. Outras informações também são encaminhadas e só recebem os conteúdos usuários que fizeram cadastro.

Desenvolvido junto a jovens de uma grande favela na cidade de Nairóbi, capital do Quênia, o Map Kibera foi criado em 2009 para fazer Kibera aparecer no mapa. Os moradores cartografaram sua própria comunidade usando o mapeamento colaborativo do *OpenStreetMap*. Após desenvolvimentos, o Map Kibera é atualmente um projeto de informação e mídia para cidadãos que alia mapeamento, mensagens de texto, blogs e vídeo, buscando dar visibilidade à comunidade. A participação efetiva da população, apoiada por parceiros e com o suporte da tecnologia, incluindo os recursos da geolocalização, proporcionaram uma contribuição efetiva no caso.

Figura 19: Exemplos de usos de Localibilidade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de Tela App Monitora, Brasil (à esquerda), site da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (ao centro) e site Map Kibera (à direita)⁴⁵

Como vimos, as possibilidades de uso a partir da Localibilidade para fins de cidadania são variadas e ainda com muita abertura para ampliações. Quando utilizada efetivamente a serviço do cidadão, essa funcionalidade pode propiciar um valor incremental de mão dupla na comunicação. Tanto pode fazer chegar aos usuários conteúdos de forma personalizada de acordo com a geolocalização, quanto permite

⁴⁵ Disponível em: Monitora, Brasil: <https://monitorabrasil.org/>; Assembleia Legislativa de Santa Catarina: <http://www.alesc.sc.gov.br/> e Map Kibera: <https://mapkibera.org/>.

ampliar a participação destes quando conjugada a ferramentas interativas em um diálogo direcionado conforme sua região.

Para a classificação da Localibilidade, adaptamos os critérios propostos por Empinotti (2020)⁴⁶, para melhor atender aos objetivos e especificidades deste estudo. Como a solicitação de permissão de acesso à localização não representa por si só um ganho para o usuário, não a utilizamos para fins classificatórios.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Localibilidade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99%; %Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

Tabela 3: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Localibilidade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Localibilidade			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Notificações geolocalizadas	NÃO	NÃO	NÃO
Uso de mapas	NÃO	NÃO	NÃO
Personalização de conteúdos por geolocalização	NÃO	NÃO	NÃO
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	0	0	0
Nível de Localibilidade	Inativo	Inativo	Inativo
% de Aplicação	0,00%	0,00%	0,00%
Nível de Localibilidade	Inativo	Inativo	Inativo

Fonte: Elaboração própria.

Como se pode ver, a Localibilidade não é aplicada nas plataformas observadas ou é aplicada de forma básica. Recursos ligados à geolocalização poderiam corresponder a um ganho para os usuários quanto a notificações, informações acerca de serviços próximos e personalização de conteúdos, de acordo com a localização do usuário.

Verificamos que o Fala.BR e o Guia do Voto solicitam permissão para acesso à localização dos usuários, mas essas informações não retornam para o cidadão em forma de conteúdo personalizado por geolocalização. Ambos solicitam a informação para fins de cadastro. Para plataformas como o Fala.BR a solicitação é comum, por se tratar de um canal para pedidos de acesso à informação, denúncias e reclamações. Já em projetos como

⁴⁶ Empinotti (2020, p. 185) sugere cinco critérios: permissão para acesso às informações de localização do usuário; notificações geolocalizadas / permissão para localização em segundo plano; previsão do tempo geolocalizada; feed geolocalizado e publicidade geolocalizada.

o Guia do Voto, o cadastro não se justifica. Como não representa ganho para o usuário, a solicitação poderia ser dispensada ou, ainda, poderia excluir a necessidade de cadastro para ter acesso completo ao app.

A partir da solicitação de permissão de localização, espera-se algum retorno para o uso desse dado, especialmente a disponibilização de conteúdos personalizados por geolocalização, conforme opção do usuário, o que não foi encontrado em nenhuma plataforma. Isso poderia ser feito nos três casos, aproveitando-se a característica e capacidade de Memória que a comunicação em rede propicia, resgatando informações relacionadas ao contexto local do usuário, relação de pedidos de informação, parlamentares com gastos suspeitos e candidatos a cargos eletivos, respectivamente a cada projeto.

No Fala.BR, a disponibilização de informações como pedidos de acesso à informação pelo filtro da localização, contribuiria inclusive para evitar a solicitação de pedidos idênticos. Na Operação Serenata de Amor, o site de Jarbas poderia, da mesma forma, fornecer informações dos parlamentares com gastos suspeitos por localização, sem a necessidade de recorrer aos filtros, caso assim prefira o usuário. Da mesma forma, no Guia do Voto, as informações a respeito dos candidatos e partidos e políticos eleitos poderiam ser disponibilizadas por localização.

A próxima funcionalidade que abordamos é a Opticabilidade, que tratamos a seguir.

6.6. OPTICABILIDADE

A Opticabilidade é uma funcionalidade relacionada ao sensor de câmera dos dispositivos móveis, como discutido no Capítulo 3. As possibilidades de uso são principalmente vinculadas a fotografias e vídeos, uso da realidade virtual e da realidade aumentada e disponibilização de QR Code, mas pode abranger novos usos (PALÁCIOS *et al.*, 2015; CUNHA, 2019, EMPINOTTI, 2020).

Na Comunicação Pública, as possibilidades de uso relacionadas aos recursos de câmera dos dispositivos móveis também são bastante plurais e estão muito correlatas ao potencial participativo facultado pelas tecnologias digitais e em rede. Podem contribuir como incremento efetivo no relacionamento, desde o envio de imagens e vídeos sobre problemas do bairro e mapeamentos de tragédias, a provas em denúncias de violência,

passando por aspectos como propiciar uma experiência imersiva ao usuário utilizando a realidade aumentada. Em muitos casos, são recursos que conjugam Opticabilidade e Localibilidade, com forte característica de Interatividade. Outra possibilidade de uso relacionada à Opticabilidade é o uso de QR Code ou código QR.

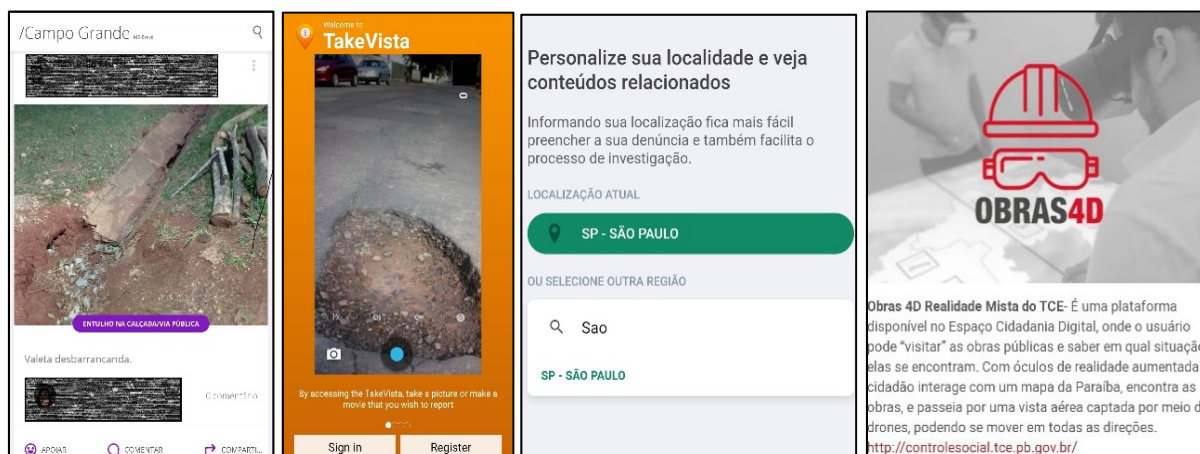
Um exemplo de aplicativo em que é possibilitado ao cidadão fazer registros diretamente pelo celular e encaminhar à Administração Pública local é o Colab, que oferece entre as alternativas de participação o envio de fotos e vídeos. Linguagem e comandos relacionados à gamificação ampliam a atratividade do app que foi desenvolvido por uma *startup* e reúne atualmente mais de 250 mil pessoas na utilização da plataforma no Brasil, oferecida para prefeituras municipais.

Com um perfil semelhante, o Take Vista foi desenvolvido por uma empresa de tecnologia, a Sisplus, e permite aos usuários o envio de fotos e vídeos acerca de denúncias que envolvem o poder público. O app oferece ainda outra alternativa de participação: o envio de áudios. A possibilidade se mostra bastante útil tanto para sustentar denúncias e reclamações quanto por ser mais amigável do que o texto escrito para alguns usuários, e remete a uma funcionalidade ainda pouco explorada nas plataformas cívicas. No entanto, o app é bastante pesado e há diversas reclamações de uso na loja de aplicativo da Google.

Já o Pardal é um app desenvolvido pela Justiça Eleitoral e Ministério Público para denunciar crimes eleitorais. Pelo aplicativo, o cidadão pode informar irregularidades encontradas durante campanhas eleitorais por meio de informações, fotos e vídeos relacionados a propaganda irregular, compra de votos, entre outros. Neste caso, a funcionalidade da Opticabilidade é empregada como uma forma de comprovar o ato irregular, conferindo maior credibilidade à denúncia, e também está correlacionada à Localibilidade.

Recursos como realidade aumentada e realidade virtual, que são *affordances* ligadas à Opticabilidade, são encontrados em número muito menor. A tecnologia ainda se mostra como uma tendência, pouco explorada até o momento, especialmente para Comunicação Pública. O Tribunal de Contas do Estado da Paraíba (TCE-PB) iniciou um projeto em que é possível visualizar obras públicas em quatro dimensões, através de óculos de realidade virtual. Isso pode ser feito atualmente apenas no espaço físico denominado Cidadania Digital, na sede da instituição. No entanto, há perspectiva de ampliação para acesso ao projeto via dispositivos móveis, incluindo adaptações para acessibilidade de pessoas com deficiência visual.

Figura 20: Exemplos de usos de Opticabilidade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de Tela, da esquerda para a direita: app Colab; app Take Vista; app Pardal da Justiça Eleitoral; notícia sobre projeto Obras 4D, do TCE-PB.⁴⁷

Para nossa análise, adotamos a proposta taxonômica de Empinotti (2020), no que tange à Opticabilidade. Os apps são avaliados quanto à presença ou ausência das funções de código QR; realidade aumentada e realidade virtual; além do envio de fotografias e de vídeos.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Opticabilidade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99%; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

Como podemos visualizar na Tabela a seguir, apesar de usos diversificados e das vantagens para ampliar as possibilidades de participação social, a Opticabilidade não é uma funcionalidade bem explorada nas plataformas analisadas.

Tabela 4: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Opticabilidade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Opticabilidade			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Função de código QR*	NÃO	NÃO	SIM
Função de realidade aumentada/realidade virtual	NÃO	NÃO	NÃO
Possibilidade de envio de fotografias	SIM	SIM	NÃO
Possibilidade de envio de vídeos	SIM	SIM	NÃO
Outros	NÃO	NÃO	NÃO

⁴⁷ Disponível em: Monitora, Brasil: <https://monitorabrasil.org/>; Assembleia Legislativa de Santa Catarina: <http://www.alesc.sc.gov.br/> e Map Kibera: <https://mapkibera.org/>.

Total	2	2	1
% de Aplicação	50,00%	50,00%	25,00%
Nível de Opticabilidade	Intermediário	Intermediário	Básico

Fonte: Elaboração própria.

É certo que cada plataforma tem seu papel e seus objetivos. Por outro lado, o potencial da participação é um dos grandes trunfos da comunicação em rede, da qual a Interatividade está entre as principais marcas. Nesse sentido, os usos de recursos como áudio, vídeo e fotografias somam-se aos textos nos diferentes formatos de mensagens entre as possibilidades de interações, gerando o aspecto multimídia que a comunicação em rede guarda.

Com isso, argumentamos que o potencial participativo deve ir além do que se mostra em boa parte dos casos – apenas um potencial. No caso do Fala.BR, as possibilidades de envio de vídeo e de foto facilitam o uso via smartphones ou tablets, em que já é possível inclusive registrar diretamente pela câmera e enviar pela plataforma uma fotografia ou vídeo junto a uma denúncia ou elogio, por exemplo.

A observação da disponibilização de QR Code foi realizada em desktop, com o objetivo de verificar a possibilidade de uso da câmera como leitor do código no smartphone, o que favorece o uso da plataforma a partir de múltiplas telas de forma simultânea. A função poderia ser utilizada no site na versão para desktop, direcionando para conteúdos-chave, como o banco de pedidos e respostas hospedado em outro site, como já mencionamos.

Recursos de realidade aumentada e virtual parecem menos viáveis neste caso, devido à proposta da plataforma. A funcionalidade é utilizada pelo Fala.BR atendendo aos objetivos a que se propõe no que se refere a envio de conteúdos pelo cidadão.

Na Operação Serenata de Amor, o uso da Opticabilidade se dá também no polo do usuário. Em comentários a publicações de Rosie no Twitter é possível o envio de fotografias e vídeos, sobretudo, capturas de tela e menções à página de Jarbas. No entanto, parece coerente a possibilidade de a plataforma criar no site de Jarbas um espaço para receber vídeos e fotografias de cidadãos sobre uso irregular da cota parlamentar, aos moldes do Jornalismo Cidadão. A medida necessitaria de estudos específicos de viabilidade e de possíveis formas para verificação e checagem do conteúdo recebido.

Já no Guia do Voto, a funcionalidade não se mostra tão relevante para o objetivo do projeto. Usos incrementais poderiam ser feitos especialmente com a agregação de mais tecnologia, sobretudo, a realidade aumentada. No site do Guia do Voto, quando acessado

via estação fixa, é disponibilizado o recurso do QR Code para acessar links externos, facilitando o consumo em dispositivos móveis desses conteúdos com a possibilidade de uso em múltiplas telas de maneira síncrona.

Figura 21: Exemplos de uso da Opticabilidade nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela: Envio de Fotos no Fala.BR (à esquerda), comentários com imagem, na Serenata de Amor (ao centro) e conteúdos com QR Code, no Guia do Voto (à direita).

A quinta funcionalidade observada que caracteriza a comunicação móvel é a plasticidade. Tratamos do tema a seguir.

6.7. PLASTICIDADE

A Plasticidade é uma funcionalidade relacionada a diferentes sensores presentes em dispositivos móveis, como GPS, acelerômetro, giroscópio, e ainda a preferências e hábitos dos usuários. Como vimos no Capítulo 3, trata-se de uma funcionalidade associada à personalização.

No jornalismo móvel, principal campo teórico que aborda as funcionalidades aqui analisadas, a Plasticidade é bastante utilizada, mas com uma larga variedade de recursos, o que gera uma gama de diferentes formas de plasticidade por parte dos veículos (EMPINOTTI, 2020). O usuário pode desde selecionar os assuntos de preferência no jornal, quanto comentar ou enviar conteúdos ao veículo, por exemplo.

Para a Comunicação Pública, a Plasticidade se mostra como uma funcionalidade bastante apropriada, considerando que a adaptação de conteúdo comunicacional às necessidades do cidadão pode ser utilizada em diferentes frentes. Favorece a participação de pessoas já engajadas com determinados temas, que podem ter acompanhamento facilitado aos assuntos de seu interesse. Ainda, abre-se a possibilidade do envolvimento de novos atores, a partir do acesso a conteúdos compartilhados por outros, e à inserção de recursos de acessibilidade, que ampliam a participação de cidadãos.

Em muitos casos, a dificuldade de encontrar no conjunto de informações disponíveis aquelas que lhes são de interesse podem mesmo afastar os cidadãos de exercer uma participação mais ativa na esfera pública e a Plasticidade pode contribuir para minimizar essa distância entre o que o cidadão quer saber e o conteúdo disponível, que pode chegar a ele de maneira mais dirigida.

A personalização pode ocorrer a partir de filtros de conteúdos de acordo com os interesses dos usuários. Assim como ocorre com a Localibilidade, a Plasticidade pode ser uma faca de dois gumes. Se revestida de interesse público, mas cujos interesses reais sejam diversos, a Plasticidade pode representar prejuízo ao cidadão quando, a pretexto de personalização, busca-se a extração de dados pessoais.

O portal Quem me representa? é um dos canais que permite identificar perfis de parlamentares de acordo com as preferências e opiniões do usuário. O site é resultado de um projeto idealizado no 3º Hackfest Analytics, promovido pelo Laboratório Analytics da Universidade Federal de Campina Grande e foi atualizado até 2018. Nele é possível realizar testes de preferências, tal qual os apresentados no Guia do Voto, além de filtrar informações de parlamentares por Estado, partido e nome.

Igualmente com possibilidade de personalização conforme os interesses dos usuários, o portal Perfil Político, informou e permitiu comparar o histórico dos candidatos às eleições de 2018. O projeto é vinculado à Operação Serenata de Amor e teve apoio da Open Knowledge Brasil, do site jornalístico The Intercept Brasil e da Brasil.io. Pela plataforma foi possível filtrar os candidatos a todos os cargos eletivos no último pleito por estado, saber quantos são negros ou pardos e quantas são mulheres, por exemplo. Tais filtros auxiliam a conhecer os candidatos conforme aspectos que podem interessar mais diretamente o usuário, possibilitando mais informações na hora da definição do representante e favorecem a Comunicação Pública.

Figura 22: Exemplos de usos de Plasticidade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de tela – Página do site Quem me representa (à esquerda) e página do site Perfil Político (à direita)

Como funcionalidade mais recente apontada por pesquisadores (CANAVILHAS, 2016; EMPINOTTI, 2020), a Plasticidade é composta por uma grande variedade de *affordances* – Empinotti (2020) relaciona quinze⁴⁸. Nesta pesquisa estudamos a Plasticidade principalmente a partir de seu aspecto de personalização pelo comportamento dos usuários. Isso porque reservamos sessões específicas para as demais funcionalidades. Dessa forma, no aspecto plasticidade, restringimo-nos aos elementos vinculados à personalização de conteúdo e acessibilidade⁴⁹.

Classificamos o nível da plataforma no que concerne à Plasticidade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99 %; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

⁴⁸ Isso faz com que algumas correspondam a mais de uma funcionalidade, gerando uma duplicação. Para este trabalho, como também estudamos cinco características da comunicação em rede, fizemos uma restrição às unidades analisadas nessa funcionalidade.

⁴⁹ Empinotti (2020) trabalha com 11 *affordances* na Plasticidade: Integração com redes sociais para qualquer fim (*login*, compartilhamento, comentário...); Login pessoal via rede social ou não; Possibilidade de envio de conteúdo ao meio; Opções de compartilhamento de conteúdo; Opções personalizadas de compartilhamento, de acordo com preferências; Seção de comentários; Seção para notificações sobre erros; Seção de favoritos e/ou recomendados e/ou leitura offline; Seleção de assuntos de interesse para composição de feed e/ou notificações; Seleção de frequência desejada de notificações; Possibilidade de *quiet time* e/ou modo noturno; Publicidade dirigida; Possibilidade de alteração do tamanho da fonte do texto; Possibilidade de se ouvir o conteúdo; Atualizações *handsfree*; Outras.

Tabela 5: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Plasticidade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Plasticidade			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Seleção de assuntos de interesse	NÃO	NÃO	NÃO
Possibilidade de ajustes nas configurações das notificações	SIM	SIM	SIM
Possibilidade de alteração do tamanho da fonte do texto	NÃO	NÃO	SIM
Possibilidade de se ouvir o conteúdo	NÃO	NÃO	NÃO
Recursos de acessibilidade (contraste, libras, etc.)	SIM	NÃO	NÃO
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	2	1	2
% de Aplicação	40,00%	20,00%	40,00%
Nível de Plasticidade	Básico	Básico	Básico

Fonte: Elaboração própria.

Como verificamos, a Plasticidade é uma funcionalidade pouco explorada nas plataformas pesquisadas. Há algumas alternativas de filtros manuais, mas pouca personalização de conteúdo e de configurações possíveis de forma automatizada, o que seria mais característico da plasticidade.

No Fala.BR o principal destaque é para a acessibilidade, ponto comum em portais eletrônicos do governo federal, que seguem diretrizes do Modelo de Acessibilidade do Governo Eletrônico⁵⁰. Assim, o site do Fala.BR dispõe de recursos como ajuste de contraste e um assistente para Libras, o que amplia o acesso a pessoas com deficiência.

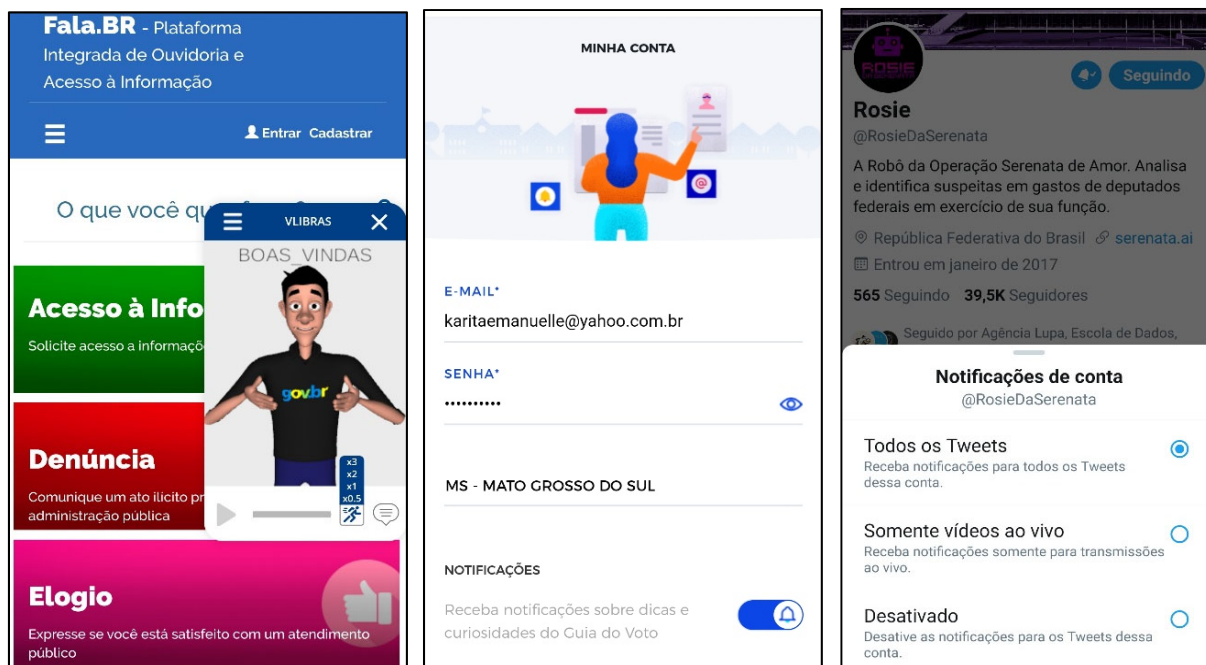
Na Operação Serenata de Amor, a funcionalidade só não é Inativa devido à notificação, que ocorre apenas no Twitter, por um recurso próprio da plataforma, e diz respeito a publicações da conta como um todo. O usuário pode selecionar ser notificado em todos os *tweets*, somente nos vídeos ao vivo ou desativar as notificações da conta.

O Guia do Voto apresenta a possibilidade de recebimento de notificações sobre dicas e curiosidades. Outro recurso, este ligado à acessibilidade, é que tanto no site quanto no aplicativo é possível alterar o tamanho da fonte do texto, o que facilita a leitura.

⁵⁰ O Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (MAG) é um conjunto de recomendações que atende a normas do governo federal como o Decreto n 5.296, de 2 de dezembro de 2004, para que portais do governo sejam acessíveis a um maior número de pessoas possível. O MAG está alinhado ainda a recomendações internacionais de acessibilidade na Internet como o *World Content Accessibility Guide* (WCAG) e *World Wide Web Consortium* (W3C).

Na Figura a seguir, apresentamos, lado a lado, exemplos da aplicação da Plasticidade nas três experiências analisadas.

Figura 23: Exemplos de uso da Plasticidade nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela: Assistente de Libras no Fala.BR (à esquerda), permissão de notificação no Guia do Voto (ao centro) e Twitter de Rosie, da Serenata de Amor, (à direita).

Com a observação da Plasticidade, encerramos o estudo empírico das funcionalidades *mobiles* presentes nas plataformas, relacionando com formas possíveis de contribuição com a Comunicação Pública. Nos próximos tópicos, passamos a observar como aparecem a Interatividade, Hipertextualidade, Multimedialidade e Memória, características da comunicação em rede.

6.8. INTERATIVIDADE

A Interatividade é uma das principais características da comunicação em rede, conforme destacado no Capítulo 3. A interação homem-máquina também vem sendo acentuada, com suas diversas implicações já abordadas. Na palma da mão, a Interatividade é um atributo essencial para produtos relacionados a negócios, educação,

saúde, finanças e, não podia ser diferente, em projetos relacionados à democracia e à cidadania.

Para a Comunicação Pública, aproximar cidadãos de serviços e informações sobre direitos e deveres é um dos preceitos, e a Interatividade pode contribuir nesse sentido. Nesses casos, a Interatividade está muito relacionada à participação social, às formas de diálogo e construção conjunta de práticas e, principalmente, de políticas.

Um *chatbot* permite a comunicação automatizada via inteligência artificial entre cidadãos e instituições, cumprindo um importante papel interativo. Pela disseminação de tecnologia na criação de *chatbots* e suas vantagens na Interatividade, o uso tem se disseminado entre instituições do Estado, mercado e sociedade civil.

O parlamento europeu disponibiliza no Facebook o Parlibot, um *bot* que direciona usuários assuntos sobre o parlamento, últimas notícias e possibilidades de envolvimento. Pelo Parlibot é possível inclusive, com passos simples, saber mais informações para encaminhamento de uma petição e acessar um link para enviar uma petição ao parlamento.

O já mencionado Guaxi auxilia usuários na formulação de pedidos de acesso à informação pelo Facebook. O M0na é o primeiro *bot* a acompanhar o trâmite de projetos de lei relacionados à causa LGBTQI+ nas Assembleias Legislativas, possibilitando mais acesso às informações concernentes à temática e auxiliando a qualificar o debate público.

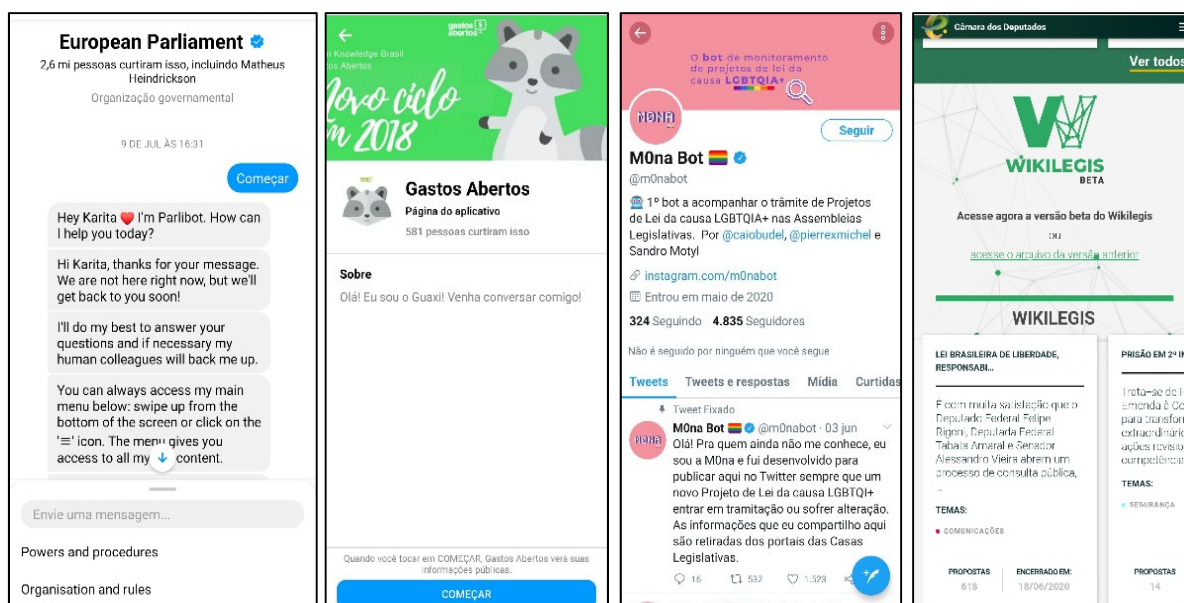
Mas a Interatividade restrita à automatização seria apequenar a potencialidade dessa marca da comunicação em rede, a pretexto de inovação tecnológica. No Brasil, o portal e-Democracia, criado em junho de 2009, abre possibilidades interativas que permitem a participação dos cidadãos na construção de projetos de lei e a aproximação dos cidadãos com seus representantes, por meio da tecnologia digital.

Os resultados das discussões e o expressivo interesse da sociedade em participar, ampliaram a iniciativa, que foi institucionalizada em 2013. Atualmente o e-Democracia é uma plataforma que conjuga mecanismos de participação relacionados a diferentes processos participativos e níveis de complexidade. É possível, por exemplo, acompanhar ao vivo uma audiência ou reunião transmitida pela internet e interagir com os participantes presenciais e virtuais, no espaço Audiências Interativas.

A WikiLegis, disponível no e-Democracia tem justamente o objetivo de permitir aos cidadãos sugerirem, editarem e aprimorarem textos normativos, com a colaboração de outros usuários. Isso pode ser feito diretamente de um smartphone. Importantes legislações foram construídas consolidando a participação social no WikiLegis, como o

Código de Processo Civil, o Marco Civil da Internet, o Estatuto da Pessoa com Deficiência e o Estatuto da Juventude.

Figura 24: Exemplos de usos de Interatividade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de Tela dos *chatbots* Parlbot, Guaxi, M0na; e da página WikiLegis, do portal e-Democracia (da esquerda para a direita).

Como vimos, a Interatividade é uma característica fundamental da comunicação em rede que vem ganhando novas configurações com o objetivo de aproximar e permitir a participação dos cidadãos. Seja de forma automatizada, via *bots* e *chatbots*, ou a partir de espaços para interação e participação dos usuários, a Interatividade permitida pela conexão em rede ainda pode ser uma poderosa aliada do cidadão.

Para a observação da Interatividade nos projetos analisados, buscamos uma classificação adaptada às propostas de observação e análise de ciberjornais (MESO *et al.*, 2011)⁵¹, fazendo as adequações necessárias ao escopo deste trabalho. A proposta para classificação dos autores foi adaptada tanto no que se refere a pontos específicos de análise de cibermeios jornalísticos quanto no que tange a recursos que nós analisamos em outras funcionalidades, como o envio de vídeos e fotografias – que neste trabalho é verificado quando da observação acerca da Opticabilidade.

⁵¹ A proposta de Meso *et al.* (2011) contempla: Participação do público; Enquetes; Concursos/promoções; Fóruns; Comentários; Votação em notícias; *Chats*; *Blogs*; Consultórios; Fotografias; Vídeos; Comunidades; Contato por *e-mail*; *Feed*; Usabilidade e Acessibilidade.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Interatividade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99 %; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação, como mostra a Tabela a seguir:

Tabela 6: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Interatividade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Interatividade			
Comando	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Possibilidade de envio de conteúdos em texto	SIM	SIM	NÃO
Chats ou <i>Chatbots</i> para interação	SIM	NÃO	NÃO
Possibilidade de Comentários	NÃO	SIM	NÃO
Outros canais de contato (telefone, e-mail)	SIM	SIM	SIM
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	3	3	1
% de Aplicação	75,00%	75,00%	25,00%
Nível de Interatividade	Intermediário	Intermediário	Básico

Fonte: Elaboração própria.

No Fala.BR, a Interatividade na plataforma se dá principalmente pelo objeto final da plataforma, que é voltada para o encaminhamento de pedidos de informação, denúncias, reclamações, elogios, entre outros. Tais manifestações são tratadas pelos órgãos competentes e, nos casos em que há cadastro, os usuários recebem um retorno pela própria plataforma. Não há, no entanto, um espaço para dúvidas acerca do uso, de como classificar determinados conteúdos ou outros questionamentos que possam surgir durante o uso da plataforma. Possibilidades de comentários, que poderiam ser feitos sobre o Fala.BR e sua utilidade para os usuários, também não são oferecidas pela plataforma.

No Fala.BR, o *chatbot* Cida, disponível no Facebook da CGU e no Telegram, é integrada aos sistemas e-OUV e e-SIC e cumpre um importante papel de Interatividade. Ela é a principal forma de interação no projeto, pois no site do Fala.BR não há espaço para comentários ou dúvidas. Podem ser enviados conteúdos em texto, mas para compor alguma manifestação de pedido de informação, denúncia, elogio, ou nos outros campos disponíveis.

Já na Operação Serenata de Amor, o principal trunfo é justamente a plataforma utilizada, que permite interação tanto com o robô, que faz a denúncia, quanto e, principalmente, com o denunciado e entre os cidadãos. No Twitter, as interações nos posts

no período analisado deram-se tanto na forma de *retweets* e curtidas, quanto de comentários.

Verificamos comentários marcando os deputados citados e marcando outros usuários. Há ainda interações entre os próprios usuários, tirando dúvidas e comentando uns com os outros sobre as denúncias. No site do Jarbas não há possibilidades de interação. Isso pode ser explicado em parte devido à presença de Rosie no Twitter e a possibilidade de interação na rede social.

Figura 25: Exemplos de uso da Interatividade nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela de divulgação de Cida, principal forma de interação do Fala.BR (à esquerda) e de interação entre usuários no Twitter de Rosie (à direita)

No Guia do Voto não há possibilidades de interação. A participação com envio de conteúdos pelos próprios usuários parece extrapolar os objetivos do projeto, de cunho mais informativo, mas a disponibilização de um chat ou mesmo um *chatbot* para dúvidas e sugestões se enquadraria nas finalidades de divulgação de informações e conscientização em torno da importância do voto, como o projeto se propõe. Um *chatbot* conferiria um pouco da interação que falta ao projeto, assim como abrir a possibilidade

de comentários sobre determinados assuntos e sobre a plataforma. Passemos agora para a análise da Hipertextualidade.

6.9. HIPERTEXTUALIDADE

A Hipertextualidade é uma característica da comunicação em rede relacionada à conexão de conteúdos por diferentes links, nós associativos que permitem uma leitura não linear no conjunto de informações disponíveis na Web, conforme discutimos no Capítulo 3. Tais conexões são cada vez mais diversas não só no que respeita ao conteúdo, mas também ao formato, configurando uma aliança muito presente no espaço digital entre Hipertextualidade, Multimídia e Interatividade, que originou o conceito de hipermídia.

Para Comunicação Pública, a Hipertextualidade e os conteúdos hipermídia são fundamentais, pois permitem uma diversificação de formatos e linguagens que pode atender diferentes necessidades do cidadão. Em uma página sobre transparência de dados públicos, por exemplo, pode ser disponibilizado ao usuário acessar, conforme seu interesse e de maneira não linear, conteúdos relacionados à sua busca, dados gerais sobre transparência, entrevistas em vídeo, um histórico sobre o assunto ou um infográfico animado com dados sobre transparência no mundo, tudo mediante hiperlinks, possibilitando o acesso fácil.

É importante que os conteúdos associados mantenham relação com o enlace, de modo que favoreçam não só que o cidadão encontre o que ele busca, mas também o que ele não busca, mas pode precisar. Os hiperlinks podem despertar um interesse para informações que o usuário desconheça, mas que podem auxiliá-lo.

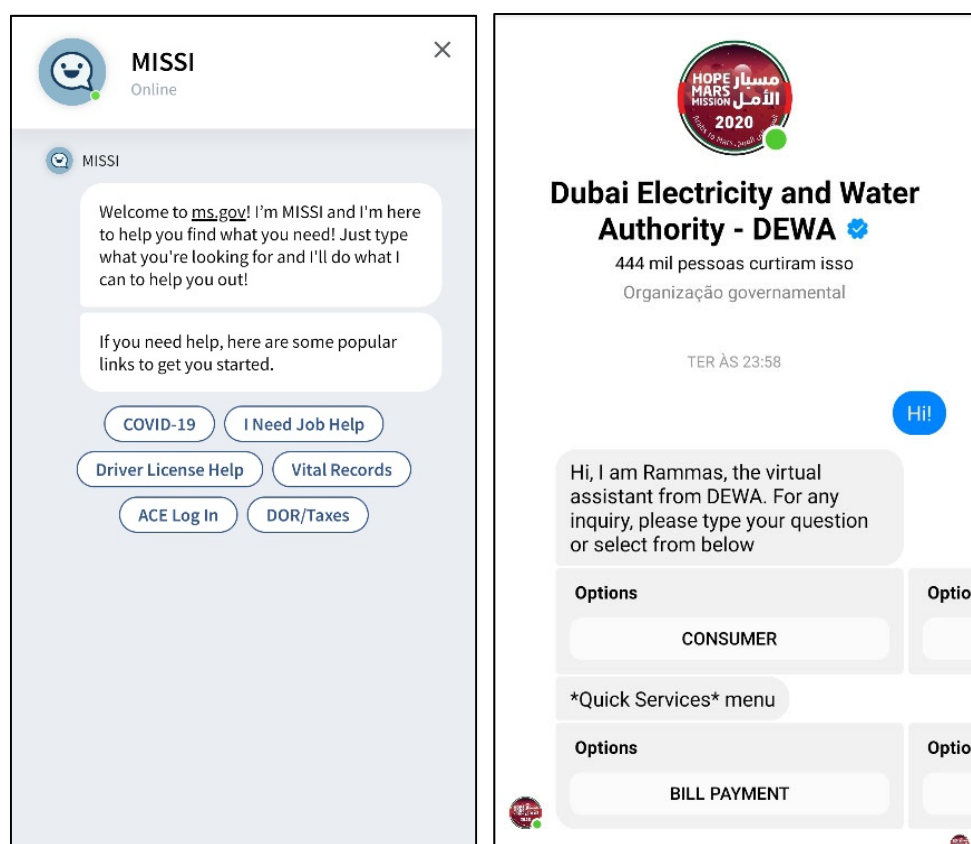
No Mississippi, nos Estados Unidos, a Missi é um robô do governo que pode direcionar o cidadão para a agência estadual apropriada, encaminhá-lo para um serviço on-line ou ajudar a realizar pagamentos, além de possibilitar o recebimento de notificações. Missi é o primeiro *chatbot* de conversação artificial e, por meio de aprendizagem de máquina, filtra os conteúdos mais buscados e oferece de forma facilitada aos cidadãos, por meio de botões que servem de links.

O Rammas, um *chatbot* desenvolvido em 2017 pela agência de Água e Energia de Dubai recebeu, em menos de dois meses após lançado, 87 mil consultas em diferentes plataformas. Até junho de 2020 foram cerca de 3,6 milhões de consultas respondidas pela

inteligência artificial que usa a aprendizagem de máquina e disponibiliza conteúdos mais buscados aos usuários.

Segundo um estudo da União Europeia, os diferenciais reais de um *chatbot* para entidades do governo são justamente a diminuição no tempo que um usuário precisa para procurar informações ou serviços, além da análise que pode ser feita a partir das demandas que chegam ao *chatbot* (EUROPEAN COMISSION, 2019).

Figura 26: Exemplos de usos de Hipertextualidade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de Tela dos *chatbots* Missi e Rammas.

Para além dos *chatbots*, a Hipertextualidade pode ser utilizada em muitas outras formas para contribuir com a comunicação entre cidadãos e governos. Isso pode ser feito na forma já habitual de disponibilização de links para informações, acesso a serviços públicos e campanhas de conscientização, desde que o direcionamento não seja aleatório e o endereço de destino contenha as informações.

Para esta pesquisa, observamos a Hipertextualidade a partir de classificações de Barbosa e Mielniczuk (2011), mas construímos nossas próprias unidades de análise devido a especificidade do estudo.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Hipertextualidade como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99 %; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

Tabela 7: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Hipertextualidade

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Hipertextualidade			
Recurso	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Links para conteúdos na própria plataforma	SIM	SIM	SIM
Links para integração de diferentes plataformas relacionadas ao projeto (site, aplicativo ou redes sociais)	SIM	SIM	SIM
Links para outras plataformas que não pertencem ao projeto	SIM	SIM	SIM
Hipermídia (Links para conteúdos em fotos, vídeos e animações)	NÃO	SIM	SIM
Ícones para compartilhamento dos conteúdos em redes sociais	NÃO	SIM	SIM
Menu principal	SIM	SIM	SIM
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	4	6	6
% de Aplicação	66,67%	100,00%	100,00%
Nível de Hipertextualidade	Intermediário	Pleno	Pleno

Fonte: Elaboração própria.

Conforme observamos, a Hipertextualidade é um recurso bastante aproveitado pelas plataformas analisadas. É a primeira característica ou funcionalidade que identificamos que obteve aplicação plena em aspectos analisados. Isso pode ser verificado tanto na Operação Serenata de Amor quanto no Guia do Voto. O Fala.BR também faz uso da Hipertextualidade, mas a variedade de utilização é menor.

No Fala.BR foram observados links para conteúdos na própria plataforma, especialmente no espaço Perguntas Frequentes. Já os links para integração de diferentes plataformas relacionadas ao projeto concentram-se em sites relacionados aos sistemas e-SIC e e-OUV e à CGU. Várias vezes há conexões para o portal de Acesso à Informação

do governo federal, e é possível visualizar links para mais informações sobre o Fala.BR na Wiki CGU⁵².

O *chatbot* Cida poderia ser utilizada diretamente no site do Fala.BR para orientação aos usuários, principalmente os que visitam a página pela primeira vez. A *chatbot* seria um canal de fácil acesso para esclarecer dúvidas, a partir de aprendizado de máquina para perguntas frequentes, por exemplo, que é um campo já disponível no site, mas se vinculado ao *chatbot* poderia atender de forma mais facilitada as dúvidas dos cidadãos. Há um link para Cida no site, mas que direciona para um conteúdo que não existe mais.

No site, há outros links com direcionamento errado ou para conteúdo fora do ar. Em outras situações, o link dificulta o caminho para a informação, como é o caso do link para Manuais de Acesso à Informação, que encaminha o usuário para outro link que, por sua vez, direciona para o portal de acesso à informação do governo federal. Não há fluxo direto para os manuais, o que requer do usuário que percorra a página para onde foi direcionado a fim de encontrar o novo link que, aí sim, direciona aos manuais. O mesmo ocorre no campo Busca de Pedidos e Respostas – uma informação bastante relevante para quem deseja realizar uma solicitação de informação pública. Não foram encontrados recursos de hipermídia.

Dessa forma, observamos que o uso de hipertexto no Fala.BR apresenta-se em nível Intermediário, tendo possibilidades de aprimoramento, principalmente no oferecimento de recursos de hipermídia, com conteúdos facilitados em áudio, fotos e vídeos. A inclusão do *chatbot* Cida no Fala.BR poderia facilitar o percurso do cidadão na plataforma, especialmente para tirar dúvidas frequentes. Além disso, a correção do direcionamento de alguns links conduziria os usuários de forma mais assertiva ao conteúdo buscado. Já a Operação Serenata de Amor e o Guia do Voto exploram de forma plena os recursos da Hipertextualidade. No caso da Operação, tanto no Twitter quanto no site do Jarbas o hipertexto é utilizado com frequência.

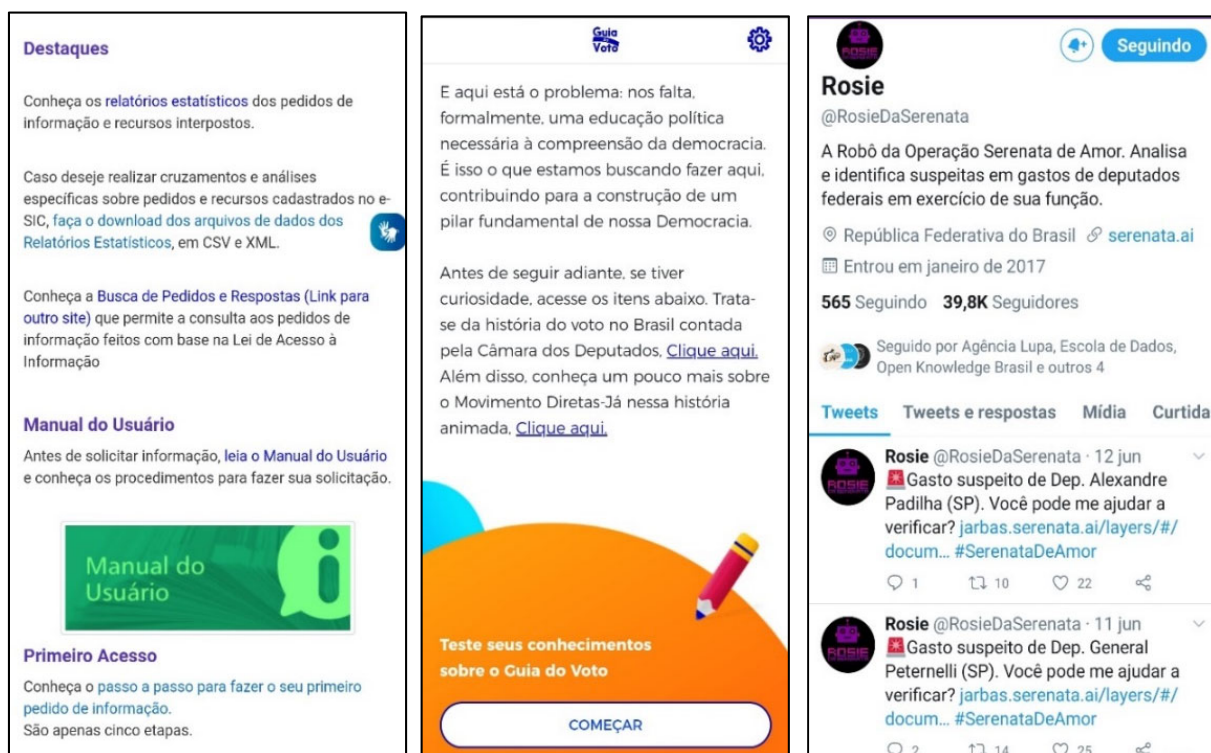
Na rede social, a perda da possibilidade de marcar o parlamentar com gasto suspeito trouxe prejuízos à comunicação, mas é suprida, parcialmente, com a intervenção dos próprios usuários, que fazem a marcação em comentários às publicações. A rede permite ainda a inclusão de fotografias, GIFs e outros recursos multimídia, ampliando o

⁵² Acesso à Informação: <https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br>; Wiki CGU: <http://wiki.cgu.gov.br/wiki/index.php/E-Ouv>.

uso de hipermídia na plataforma, que é pouco utilizado por Rosie. Em todas as postagens, há um link direcionando para o site de Jarbas, para mais informações.

No site do Jarbas a Hipertextualidade é bastante explorada. As publicações relativas aos gastos suspeitos apontados por Rosie disponibilizam o link do *tweet*, links para ver o recibo, direcionando para o site da Câmara dos Deputados. Há ainda hipertextos com o perfil do candidato na Câmara dos Deputados e para o site da Receita Federal. Outra utilização interessante da Hipertextualidade no site do Jarbas é o link para as redes sociais do parlamentar que teve a suspeita apontada por Rosie. A ampla utilização da Hipertextualidade conferiu o nível pleno de aplicação desse recurso nos aspectos observados nesta pesquisa.

Figura 27: Exemplos de uso da Hipertextualidade nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela de páginas com links no Fala.BR (à esquerda), Guia do Voto (ao centro) e de Rosie (à direita).

Também classificado como nível pleno na utilização da Hipertextualidade, o Guia do Voto faz ampla utilização dos recursos hipertextuais. Tanto no site quanto no aplicativo do projeto, há links que conectam conteúdos dentro da plataforma, muitos direcionando para testes e para o Guia do Voto. Há diversos links para integração de plataformas relacionadas ao projeto, como no espaço Você Sabia?, em que também são

utilizados recursos de hipermídia, com direcionamento para vídeos na página da Votorantim no YouTube com explicações do professor Humberto Dantas.

No campo Guia do Voto, há links externos para pesquisas, e para conteúdos da página do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), da Câmara dos Deputados, e para a Constituição Federal, entre outros. Em relação à hipermídia, além dos links para vídeos no YouTube, há links para outros conteúdos como, por exemplo, um direcionamento para uma história animada sobre o Movimento Diretas Já, no site da Câmara dos Deputados.

Observamos que também há links com direcionamento incorreto ou para páginas que não existem, como no Guia do Voto o capítulo sobre sistema eleitoral, que cita um livro lançado pela Justiça Eleitoral sobre a história das eleições no Brasil, mas que direciona para o calendário eleitoral na página do TSE. No mesmo campo, um link sobre um material da Justiça Eleitoral contendo a história e as novidades sobre o voto eletrônico leva a um endereço indisponível.

Como se vê, a Hipertextualidade é bastante explorada nas plataformas analisadas, embora haja possibilidades de incremento. Alguns recursos estão associados a conteúdos de Multimídia, que é o tema do nosso próximo tópico para observação.

6.10. MULTIMIDIALIDADE

A Multimídia é um dos traços da comunicação em rede, relacionado à conjugação de conteúdos em diferentes formatos. Em uma mesma plataforma, os conteúdos podem ser disponibilizados em texto escrito, áudio, vídeo, realidade virtual, realidade aumentada, infográficos, animações, GIFs, e outros, com uma tendência crescente de inovações devido aos recursos tecnológicos que se ampliam e às apropriações constantes dos usuários, como abordado no Capítulo 3.

Para a Comunicação Pública, a Multimídia pode ter um papel ainda mais relevante ao disponibilizar conteúdos além do texto escrito, alcançando públicos não alfabetizados ou com restrição à leitura textual. O acesso à informação é democratizado, neste sentido, ao potencialmente ampliar os públicos. A Multimídia pode ainda estar alinhada às políticas de acessibilidade, com disponibilização de conteúdos para pessoas com deficiência, o que poderia ainda dar mais alcance à informação.

Nas redes sociais, o exemplo já citado da personagem fictícia Justina, criado pelo TRT-SP, é um exemplo de uso da Multimídia na Comunicação Pública. Como

vimos no Capítulo 1, a experiência premiada impactou milhares de pessoas com publicações relacionadas aos direitos trabalhistas em formatos de textos, fotografias e vídeos, no Facebook.

Outro exemplo de instituição relacionada ao Estado que utilizou o Facebook aproveitando-se da Multimedialidade foi a prefeitura de Curitiba, que chamou atenção ao publicar conteúdos com humor, muitos deles em formato de imagem e vídeo. Grande parte das publicações tinham fins exclusivamente de relacionamento com o público, como fotos da cidade enviadas pelos usuários, vídeos curiosos e músicas. Klenk (2017) alerta sobre o caso a baixa contribuição para Comunicação Pública, mas conclui que a taxa de engajamento nesse tipo de publicação pode gerar mais visibilidade para outros conteúdos, como os relacionados à democracia digital (SANTOS; HARMATA, 2013; KLENK, 2017).

Figura 28: Exemplos de usos de Multimedialidade para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de tela da página de Justina (TRT-SP) no Facebook e Imagem de post no Facebook de Curitiba (KLENK, 2017).

Para nossa análise, seguimos com aporte teórico sobre a Multimídia, especialmente Castells (2011), e Ito (2018) e a proposta empírica de Masip, Micó e Teixeira (2011). A partir daí, definimos a observação da Multimídia nos seguintes aspectos: Fotografia, Vídeo, Infográfico, Ilustração, Animação, GIFs e Histórias em Quadrinhos.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Multimídia como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99 %; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação, como mostra a Tabela a seguir:

Tabela 8: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Multimídia

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Multimídia			
Recurso	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Conteúdos em Fotografia	NÃO	SIM	NÃO
Conteúdos em Vídeo	NÃO	NÃO	NÃO
Conteúdos em Áudio	NÃO	NÃO	NÃO
Possibilidade de envio de imagens	SIM	SIM	NÃO
Possibilidade de envio de vídeos	SIM	SIM	NÃO
Possibilidade de envio de áudio	SIM	NÃO	NÃO
Conteúdos no formato de Infográfico	NÃO	SIM	SIM
Ilustração	SIM	NÃO	SIM
Animação	SIM	NÃO	SIM
Presença de GIFs	NÃO	SIM	NÃO
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	5	5	3
% de Aplicação	55,56%	55,56%	33,33%
Nível de Multimídia	Intermediário	Intermediário	Básico

Fonte: Elaboração própria.

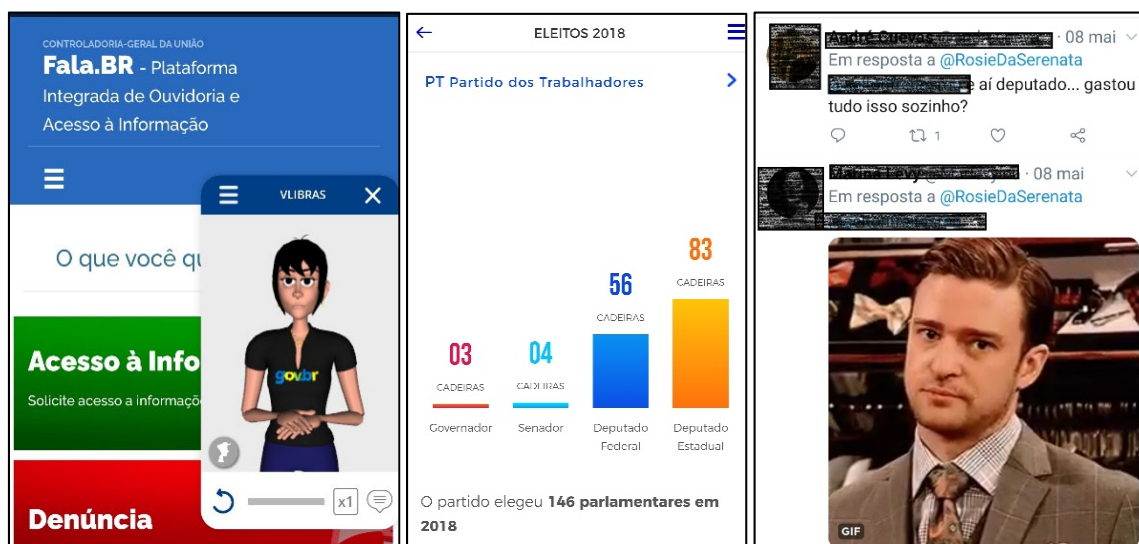
A aplicação da Multimídia nas plataformas analisadas é baixa. Os três projetos foram classificados como nível Básico de aplicação. As possibilidades de uso são variadas, mas são subaproveitadas pelos projetos.

No Fala.BR, a Multimídia exibida pela plataforma resume-se às ilustrações dos tópicos de acesso e à animação em Libras que faz a tradução automática da Língua Portuguesa para a Língua Brasileira de Sinais (Libras) dos conteúdos da página. O VLibras é fruto de uma parceria entre a Secretaria de Governo Digital do Ministério da Economia e a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e foi desenvolvido para melhorar o acesso das pessoas surdas usuárias de Libras à informação e à comunicação. Pode ser

instalado em qualquer site ou no computador, além de tablets e smartphones. Trata-se de um importante recurso que poderia ser disseminado em plataformas de instituições públicas e não públicas, para ampliar o acesso de pessoas com deficiência.

A plataforma passa a considerar mais a Multimedialidade nas possibilidades de participação do cidadão. Embora não disponibilize conteúdos em vídeos, áudios e infográficos, por exemplo, o Fala.BR permite aos usuários encaminhar nas manifestações uma diversidade de formatos de conteúdos relacionados à manifestação. Além da mensagem escrita, o usuário pode anexar em cada manifestação até dez conteúdos como documentos de texto, imagens, planilhas, arquivos no formato PDF, áudios e vídeos, desde que tenham o tamanho total de 30MB.

Figura 29: Exemplos de uso da Multimedialidade nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela de animação do VLibras no Fala.BR (à esquerda), Ilustração no Guia do Voto (ao centro) e GIF em comentário de post de Rosie (à direita)

Na Operação Serenata de Amor, no Twitter ocorre caso semelhante. Embora os conteúdos publicados por Rosie resumam-se a mensagens em texto, os usuários podem comentar com fotografias, vídeos, outras imagens contendo ilustrações, GIFs e inclusive fazer uma enquete. Já no site do Jarbas, há uma utilização um pouco mais variada por parte da Operação, que usa fotografias e infográfico. No entanto, no site não há possibilidade de interação e envio de conteúdos pelos usuários.

No Guia do Voto também não há a previsão de interação dos usuários, conforme observado quando da análise da Interatividade, assim também não é previsto o envio de

fotografias e vídeos pelo cidadão. No entanto, o aplicativo e o site do projeto fazem uso de recursos multimídia, como infográfico animado e várias ilustrações. Também utilizam recursos de hipermídia com vídeos, ilustrações e fotos, conforme observamos na análise da Hipertextualidade.

Se para o Fala.BR a presença de fotografias e vídeos não acrescentaria substancialmente muitos ganhos à plataforma, ao Twitter de Rosie e principalmente ao site de Jarbas, uma galeria de imagens dos parlamentares com gastos suspeitos, e/ou que realizaram a devolutiva do valor reembolsado certamente contribuiria para incrementar uma comunicação voltada ao interesse público. No Guia do Voto, esse recurso também seria válido para tornar mais atrativo os conteúdos históricos, principalmente.

A seguir, analisamos a última característica da comunicação em rede: Memória.

6.11. MEMÓRIA

A capacidade de armazenamento de dados e a Memória de informações passou a ter com a Internet uma condição desmesurada em relação ao que se tinha até então. Gradualmente, tal capacidade foi se ampliando e se diversificando. Conteúdos são armazenados e recuperados em volume e velocidade inéditos, como tratado no Capítulo 3.

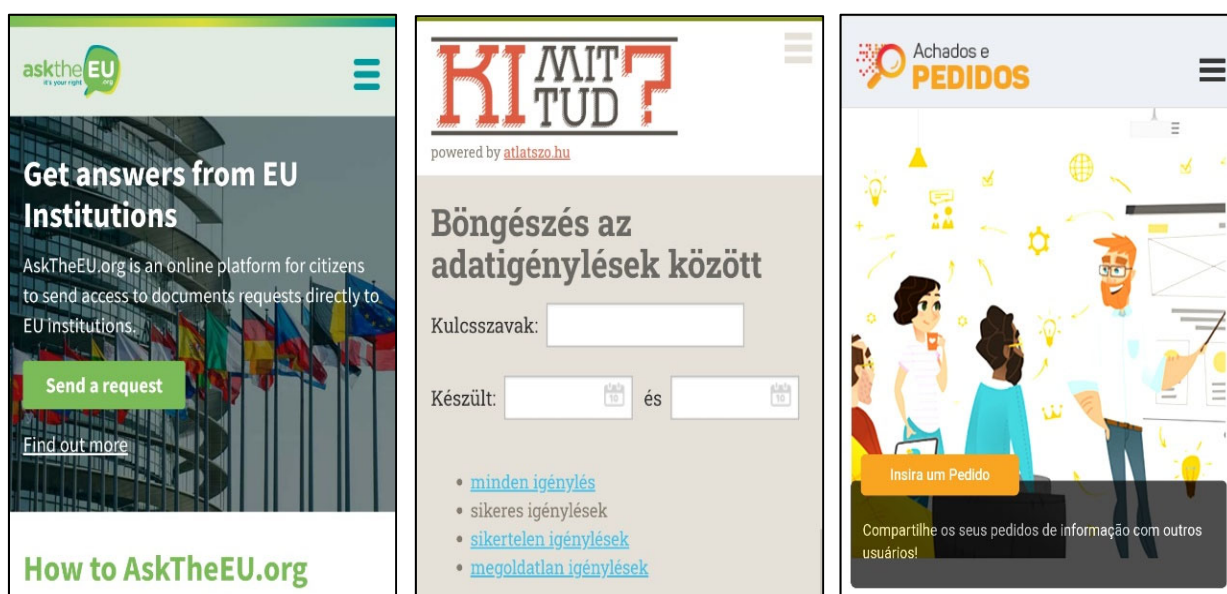
Para Comunicação Pública, conceitos como transparência e *accountability* levaram a uma maior disponibilização de conteúdos em portais de instituições públicas e privadas, com relatórios, balanços, estatísticas e informações em geral relacionadas a interesse público. A Lei de Acesso à Informação regulamenta a disponibilização de conteúdos para instituições públicas e dispõe regras quanto à oferta de conteúdos em sites oficiais e o que deve ser disponibilizado via pedido. Mesmo plataformas relacionadas diretamente à Lei de Acesso à Informação apresentam bastante variação na forma de disponibilização de conteúdos e como lidam com a Memória.

O AsktheEU.org é um portal em que é possível obter informações públicas relacionadas à União Europeia. A iniciativa não governamental é gerida pelas ONGs Access Info Europe e MySociety. Na plataforma europeia, além de enviar um pedido de informação pública, o usuário tem acesso aos pedidos já realizados e, inclusive, pode seguir e receber notificações de pedidos de acordo com o tema, após a realização de

cadastro. Também é exibido um vídeo, na página inicial, sobre como utilizar a plataforma, aliando recursos de Interatividade, Plasticidade, Multimidialidade e Memória.

O site húngaro KiMitTud utiliza o armazenamento de pedidos de acesso à informação e disponibiliza para consulta. Assim, armazenamento e Memória são utilizados traduzindo-se em repositório de solicitações de informações públicas. O nome da plataforma foi criado em alusão a um popular programa de talentos na TV Nacional Húngara e significa Quem Sabe O Quê. O portal facilita que cidadãos húngaros enviem um pedido de informações de qualquer órgão financiado publicamente e cada solicitação e resposta são publicadas no site, fornecendo um arquivo de informações de interesse público.

Figura 30: Exemplos de usos de Memória para Comunicação Pública em plataformas digitais



Fonte: Captura de tela das páginas AsktheEU (à esquerda), KiMitTud (ao centro), e Achados e Pedidos (à direita).

No Brasil, quem aplica as características de Memória para acesso às informações é o Achados e Pedidos, uma iniciativa também ligada ao jornalismo investigativo. O projeto é realizado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pela ONG Transparência Brasil. A plataforma reúne milhares de pedidos de acesso à informação de cidadãos, com as respectivas respostas da Administração Pública feitas via Lei de Acesso à Informação (LAI), funcionando como um repositório de pedidos de informações, embora parcial.

As possibilidades de armazenamento e Memória são a principal característica do projeto, que conta ainda com a Interatividade como outra marca, pois os primeiros pedidos foram obtidos junto a órgãos públicos, organizações da sociedade civil e jornalistas, mas a base de dados é ampliada pelos usuários, com a inclusão de solicitações e respostas. Há diversos recursos multimídia como infográficos e ilustrações.

Como vimos, são diversas possibilidades de disponibilização de conteúdos aproveitando a característica de Memória que a comunicação em rede permite. Para nossa classificação, nos baseamos nas proposições teóricas e proposta analítica para veículos jornalísticos de Palácios (2011, 2014), com adaptações. Nossa observação se dá acerca da presença ou ausência de repositório de informações, sistema de busca, uso de *tags* ou *hashtags* e links para conteúdos relacionados.

Classificamos o nível da plataforma no que respeita à Memória como: Inativo: 0%; Básico: de 0,1 a 49,99 %; Intermediário: de 50 a 99,99%; e Pleno: 100% de aplicação.

Tabela 9: Experiências na Comunicação Pública: Observação da Memória

Experiências na Comunicação Pública: Observação da Memória			
Recurso	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto
Repositório de dados/ informações	SIM	SIM	SIM
Filtro de assuntos por interesses	NÃO	SIM	SIM
Sistema de busca	NÃO	SIM	NÃO
Uso de <i>Tags</i> ou <i>hashtags</i>	NÃO	SIM	NÃO
Links para Conteúdos relacionados	SIM	SIM	SIM
Outros	NÃO	NÃO	NÃO
Total	2	5	3
% de Aplicação	40,00%	100,00%	60,00%
Nível de Memória	Básico	Pleno	Intermediário

Fonte: Elaboração própria.

Como pudemos observar, as três iniciativas lançam mão de formas variadas para trabalhar a Memória e o armazenamento de dados e informações. O Fala.BR explora pouco a característica de forma direta, sendo classificado como nível Básico. O Guia do Voto utiliza alguns outros recursos, caracterizando nível Intermediário. A Operação Serenata de Amor utiliza as possibilidades de Memória de maneira diversificada, pelo que é classificada como aplicação de nível Pleno.

No Fala.BR, há possibilidades de consulta a bancos de dados especialmente no campo de Acesso à Informação, ainda assim, enxergamos espaço para ampliação justamente nesse campo. Há relatórios estatísticos, contendo quantidades de pedidos, quantos foram respondidos e quantos estão em tramitação, dentro e fora do prazo. Também é possível pesquisar o total de solicitantes e de solicitantes com um único pedido.

O portal permite, ainda, o download de dados em arquivos de Excel contendo relatórios com informações sobre os pedidos feitos desde 2012. Os órgãos de destino, a situação do pedido – se atendido ou negado, as razões, e por qual canal o pedido foi respondido são algumas das informações disponibilizadas, porém, os pedidos e respostas não estão disponíveis.

Apesar de o portal da Lei de Acesso à Informação do governo federal manter um link específico para consulta a pedidos e respostas feitos via LAI, a plataforma Fala.BR não disponibiliza de forma direta a consulta a esse banco – para o que não há uma justificativa clara.

Há um link para o site de buscas de pedidos no rodapé da página, enquanto estatísticas e relatórios possuem link direto no topo. O link para consulta de pedidos está em um local de mais difícil visualização e ainda direciona para o portal geral sobre a LAI, o que requer que o usuário percorra a nova página para encontrar outro link que o leve até o canal de buscas de pedidos e respostas. Esse percurso é fastidioso e desnecessário ante informações bastante relevantes.

Como vimos em diversas outras iniciativas pelo mundo, o repositório de pedidos e respostas de forma fácil e simples contribuiria para a não duplicidade de solicitações, informando o usuário acerca de temas de pedidos já realizados. Como vimos, há canais que possibilitam inclusive que os cidadãos possam seguir assuntos de seu interesse. Isso não ocorre no Fala.BR, que dificulta o acesso a esse banco de dados, embora haja transparência com dados estatísticos e relatórios de uma forma geral.

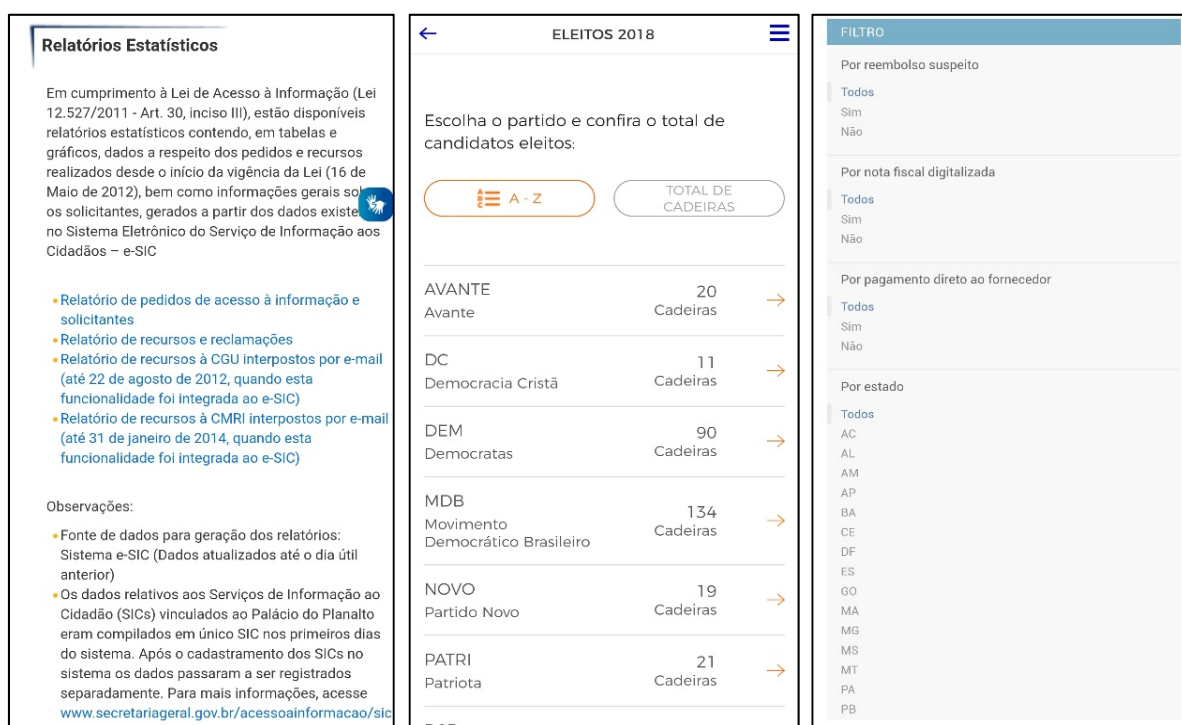
Já a Operação Serenata de Amor utiliza com variedade os recursos de Memória possibilitados pela rede. Tanto no Twitter quanto no site do Jarbas são várias maneiras de acessar conteúdos arquivados e se conectar com assuntos relacionados. Na página de Jarbas o amplo repositório de dados é um destaque, com possibilidades de variados filtros, e ele pode ser acessado via sistema de buscas, de forma facilitada.

São várias opções de seleção: por gastos suspeitos, por nota fiscal digitalizada, por pagamento direto ao fornecedor, por estado, por ano, por mês, por tipo de documento

fiscal e por subcota. Essa possibilidade é bastante útil, diante do grande volume de dados que é disponibilizado no portal e levantado pela Operação, mas apenas mediante filtros manuais realizados pelo usuário. Há links para conteúdos relacionados como outros pedidos de reembolso de um parlamentar que teve denúncia de gasto suspeito.

Uma forma de aprimoramento é uma sistematização maior dos conteúdos disponibilizados. Um banco de dados contendo informações sobre as denúncias já realizadas e parlamentares denunciados, com estatísticas e infográficos inclusive sobre a devolução do valor reembolsado, facilitaria um acompanhamento mais regular e efetivo por parte de usuários, qualificando o controle social, defendido pelo projeto. Tais informações também contribuiriam para transparência da própria Operação e como possibilidade de mensuração quantitativa das denúncias realizadas.

Figura 31: Exemplos de uso da Memória nas experiências analisadas



Fonte: Captura de tela de relatórios disponíveis no Fala.BR (à esquerda), Filtros sobre eleitos no Guia do Voto (ao centro) e filtros sobre suspeitas no Jarbas (à direita)

No Twitter, o uso de *hashtags* é comum a todas as publicações da Operação Serenata de Amor, que também acrescenta link direto para o site de Jarbas, com mais informações relacionadas a cada publicação, de forma específica. Tais conexões auxiliam no acesso a informações de interesse do usuário, sem requerer novas buscas para o mesmo

assunto. A Memória é um recurso utilizado de maneira variada e efetiva nas plataformas da Operação Serenata de Amor, favorecendo a comunicação e a transparência.

O Guia do Voto utiliza a Memória de maneira menos proeminente, mas disponibiliza repositório de informações tanto de candidatos eleitos por partido nas eleições de 2018, quanto reúne diversos conteúdos no campo Guia do Voto, consolidando informações que estão espalhadas em diversos espaços do aplicativo e do site. Não há sistema de busca ou agrupamento por *tags*, o que facilitaria o acesso dos usuários a temas específicos, conforme seu interesse.

No Guia do Voto, há seções em que é possível realizar filtros específicos, mas restritos, como o espaço Eleitos 2018. Ali é possível visualizar a quantidade de candidatos eleitos por partido. A visualização pode ser feita por ordem alfabética ou por partido e apresenta gráficos por cargo: governador, senador, deputado federal e deputado estadual.

Encerrada a observação das quatro funcionalidades *mobile* e de cinco características da comunicação em rede, passamos a sistematização dos resultados encontrados.

6.12. EXPERIÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: OBSERVAÇÃO GERAL NAS PLATAFORMAS ANALISADAS

A partir da análise empírica das plataformas, definimos a classificação, sintetizada na Tabela 10.

Como se pode visualizar, na classificação final das plataformas analisadas no que respeita à dimensão técnica, o Fala.BR e a Operação Serenata de Amor aplicam em nível Intermediário, e o Guia do Voto aplica em nível Básico as funcionalidades *mobile* e as características da comunicação em rede.

Tabela 10: Experiências na Comunicação Pública: Observação Geral nas Plataformas Analisadas

Experiências na Comunicação Pública: Observação Geral nas Plataformas Analisadas				
Tipo de Propriedade	Funcionalidades Técnicas	Fala BR	Operação Serenata	Guia do Voto
Funcionalidades Mobile	Tactilidade	66,67%	66,67%	50,00%
	Nivelabilidade	66,67%	33,33%	66,67%
	Localibilidade	0,00%	33,33%	0,00%

	Opticabilidade	50,00%	50,00%	25,00%
	Plasticidade	40,00%	20,00%	40,00%
Características da Comunicação em rede	Interatividade	75,00%	75,00%	25,00%
	Hipertextualidade	66,67%	100,00%	100,00%
	Multimídia	55,56%	55,56%	33,33%
	Memória	40,00%	100,00%	60,00%
CLASSIFICAÇÃO FINAL %	MOBILE	44,67%	40,67%	36,33%
	REDE	59,31%	82,64%	54,58%
	TOTAL	51,17%	59,32%	44,44%
CLASSIFICAÇÃO FINAL	MOBILE	Básico	Básico	Básico
	REDE	Intermediário	Intermediário	Intermediário
	TOTAL	Intermediário	Intermediário	Básico

Fonte: Elaboração própria.

O Fala.BR aplica 44% das possibilidades analisadas para dispositivos móveis e um pouco mais (59%) das possibilidades que caracterizam a comunicação pela web. No primeiro caso, destaca-se o uso variado de gestos táteis e a aplicação da Nivelabilidade tanto no site, quanto nas interações via Telegram e Facebook, por meio da *chatbot* Cida. O destaque negativo é para a Localibilidade, que é inativa, sendo a localização do usuário apenas utilizada para fins cadastrais e estatísticos. Opticabilidade e Plasticidade são utilizados na média ou perto da média.

Sobre as características mais conhecidas, comuns à comunicação em rede, o Fala.BR faz uso mais amplo. A Interatividade é a principal, com 75% das possibilidades elencadas por este trabalho utilizadas pela plataforma. O *chatbot* Cida facilita bastante a interação e a própria plataforma abre alternativas variadas para envio e recebimento de informações, incluindo o envio de fotos, outras imagens, vídeos e áudios.

Pesa de forma negativa a falta de conteúdos multimidiáticos, que diversificaria os conteúdos, compondo diferentes formatos e linguagens para informar o cidadão sobre a plataforma e as possibilidades que ela oferta. A Memória é utilizada, mas o foco é, sobretudo, estatístico. Agregar o banco de pedidos e respostas de forma facilitada na plataforma contribuiria para consultas a manifestações já feitas pelos usuários.

Na Operação Serenata de Amor, as funcionalidades *mobile* também são subaproveitadas (44%). A Tactilidade e a Opticabilidade são mais utilizadas. No caso da segunda, o envio de fotos e vídeos por parte dos usuários é um recurso bem aplicado, mas a não utilização de QR Code e a tendência da realidade aumentada/realidade virtual pesam para rebaixar o nível de aplicação.

A Localibilidade é bastante subaproveitada, situação comum às três experiências analisadas. As ferramentas de geolocalização são um potencial para aproximar os usuários a conteúdos personalizados por proximidade física. O uso de mapas dos locais onde parlamentares consumiram recursos da cota parlamentar demonstra um avanço nesse sentido. A Nivelabilidade faz bastante falta para uma melhor experiência no acesso a informações no site do Jarbas, que não adapta a leitura para modo vertical, apenas na orientação horizontal do aparelho em alguns conteúdos.

Em relação às características da comunicação em rede, a Operação Serenata de Amor demonstra forte atendimento (82%). Todos os recursos de Hipertextualidade e Memória elencados para observação nesta pesquisa são utilizados pela Operação. Tanto no Twitter quanto no site de Jarbas, a Operação utiliza links de forma variada e conjuga, em diversas ocasiões, as duas propriedades – na rede social com links para o site de Jarbas e uso de *hashtags*, e no site com diversos conteúdos conectados, tanto do site quanto para páginas externas, o que oferta mais fundamentação para o usuário e permite que ele participe da conferência de informações, atuando no controle social.

A Interatividade que o Twitter permite é o principal trunfo da Operação Serenata de Amor. A impossibilidade de marcar o parlamentar com gasto suspeito, imposta pelo Twitter, dificulta o processo interativo, embora cidadãos e parlamentares continuem interagindo, via intervenções diretas dos usuários. A característica só não é plenamente atendida devido a ausência de espaço de conversação direta, na forma de chat, ou a disponibilidade de um *chatbot*, que poderia ser a própria Rosie, atendendo perguntas dos usuários. A falta do chat pode ser explicada em parte pelas redes existentes no Telegram e no *GitHub*.

A Multimidialidade faz falta na Operação Serenata de Amor, que apesar de possibilitar o envio de fotografias e vídeos – aqui vinculadas à Opticabilidade devido ao uso do sensor da câmera – não faz uso de conteúdos nesses formatos de maneira proeminente. Não há conteúdos em áudio, vídeos, animações – que diversificam e atendem outros públicos impossibilitados de acesso à comunicação escrita.

O Guia do Voto faz um uso limitado dos recursos sociotécnicos disponíveis tanto para dispositivos móveis (36%) quanto para comunicação via web (54%), de maneira geral. O projeto foi classificado com aplicação de nível básico nos dois casos, mantendo-se com 44% de atendimento. Há ainda um uso mediano de variação de gestos táteis (50%) e recursos de personalização são utilizados também de forma regular (40%).

No último, a possibilidade de aumentar o tamanho da fonte e de receber notificações da plataforma são os principais ganhos. Pesam de maneira negativa a inexistência de recursos de Localibilidade e a baixa aplicação da Opticabilidade, pois o projeto não abre possibilidades de envio de fotografias e vídeos. O uso do QR Code se mostra como um destaque, não encontrado nos outros dois projetos e que permite o uso multitelas, com integração da versão para estações fixas e *mobile*.

Das características da comunicação pela web, o maior destaque no Guia do Voto é o uso de hipertextos. O projeto utiliza de maneira variada e plena a possibilidade de conexões tanto com conteúdos internos quanto externos, direcionando para fontes oficiais, além de integrar diferentes plataformas, como nos links para vídeos do projeto no YouTube.

A Memória é bem utilizada com repositório de dados sobre candidatos eleitos, permitindo filtros por partido e por cargo político. Faz falta um sistema de busca e a compilação de conteúdos por *tags* de modo a facilitar que se encontre determinadas informações. A Multimedialidade é pouco explorada, sendo vista em infográficos e ilustrações, mas conteúdos em vídeos e fotografias permitem a diversificação de linguagens e ampliação de acesso que já mencionamos.

Mas é a Interatividade que principalmente falta ao Guia do Voto. Não há possibilidade de comentários ou do usuário participar com envio de conteúdos em texto sobre algum tema. Um *chatbot* poderia auxiliar o percurso dos usuários na plataforma, prestando, inclusive, informações contidas no documento guia do voto e nos extensos Termo de uso e Políticas de privacidade da iniciativa.

Assim, concluímos que as funcionalidades técnicas e as características da comunicação em rede nas experiências analisadas podem ser bastante ampliadas, com ênfase para o Guia do Voto, que apresentou nível Básico, mas também para o Fala.BR e para a Operação Serenata de Amor, que alcançaram Nível Intermediário na análise.

As funcionalidades e características foram investigadas sob uma perspectiva de aplicação voltada à cidadania, à participação e ao interesse público. Dessa forma, a adoção dos recursos sugeridos, entre outras possibilidades não contempladas, pode representar incremento efetivo na atuação dos projetos junto à Comunicação Pública, para superar as limitações constatadas e fortalecer os alcances identificados.

A seguir, apresentamos no sétimo e último capítulo a análise da dimensão política das iniciativas Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor, sob a perspectiva dos preceitos da Comunicação Pública e das políticas institucionais dos atores envolvidos.

7. DIMENSÃO POLÍTICA: PRECEITOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICAS INSTITUCIONAIS

Práticas alinhadas a políticas institucionais sólidas estão relacionadas à identidade corporativa, ao planejamento estratégico e a normativas internas e externas que regulam e direcionam o tema abordado. A vinculação a políticas confere a qualquer prática constância, menor dependência da gestão atual e menor impacto entre mudanças de gestão, pois, estão pautadas, sobretudo, em normativas institucionais e não a grupos específicos, embora não garanta plena autonomia, já que também as políticas são formuladas por pessoas.

Para que a Comunicação Pública cumpra seu papel nesse sentido, as práticas realizadas devem estar alinhadas a políticas institucionais formalizadas, evitando-se que sejam criadas ações de forma isolada e pontual. Além da concretização das políticas, tal alinhamento precisa ser informado, reiterado, comunicado, de maneira direta e indireta aos interessados. É preciso deixar claro o que norteia a experiência, quais são as diretrizes, princípios, normas, leis que regem o projeto/ação e que lhe conferem solidez.

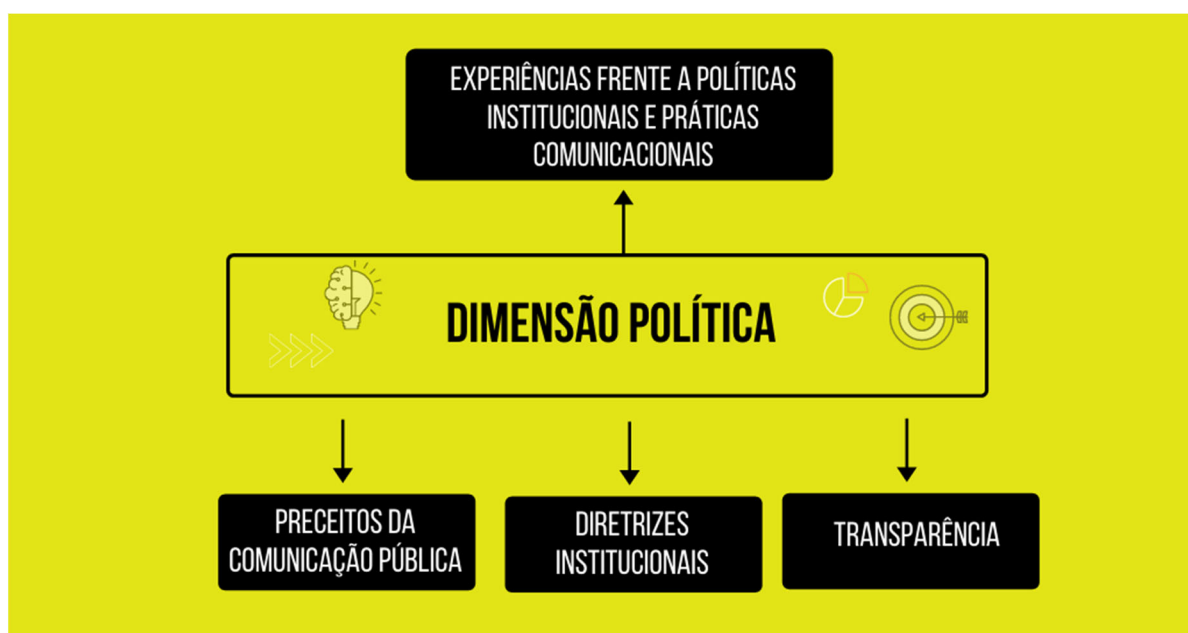
Isto é, uma coisa é a prática estar inserida ou vinculada a uma política, outra é comunicar esse alinhamento. Caso contrário, mesmo práticas relacionadas a políticas estabelecidas, quando não comunicadas, não resta claro o pertencimento e o alinhamento pode ter sido em vão. Por outro lado, divulgar práticas como sendo vinculadas a diretrizes institucionais se, de fato, não estão, resvala em desinformação e falta de ética.

Práticas discursivas deslocadas da realidade organizacional que, se por um lado enaltecem o interesse público, o exercício da cidadania e a participação social nas narrativas institucionais elaboradas a partir de cuidadosas técnicas de comunicação, por outro, desprezam esses preceitos na construção organizacional junto às partes interessadas, resvalando em uma lacuna entre discurso e prática difícil de ser superada.

Esta seção dedica-se a estudar como os projetos analisados estão inseridos junto a políticas institucionais formalizadas. Para tanto, realizamos duas etapas investigativas:

1. Pesquisa Documental para discussão acerca das **experiências ante as políticas institucionais e práticas comunicacionais**;
2. Análise de Conteúdo em documentos, plataformas e Questionários a respeito dos **preceitos da Comunicação Pública, diretrizes institucionais e transparência**.

Figura 32: Dimensão Política analisada



Fonte: Elaboração própria.

As análises e discussões foram realizadas a partir da interface Experiência/Organização promotora, a fim de alcançar uma melhor compreensão acerca dos objetos investigados.

7.1. EXPERIÊNCIAS ANTE AS POLÍTICAS INSTITUCIONAIS

Nesta seção realizamos uma discussão acerca das políticas institucionais adotadas pelos projetos Fala.BR/CGU, Guia do Voto/Votorantim e Operação Serenata de Amor/OKBR. Em cada projeto/organização, apontamos políticas e práticas comunicacionais adotadas, com base em estudos acadêmicos.

O objetivo é verificar como as experiências analisadas se inserem no contexto de políticas institucionais e comunicacionais das organizações.

7.1.1. Fala.BR ante as políticas institucionais da CGU

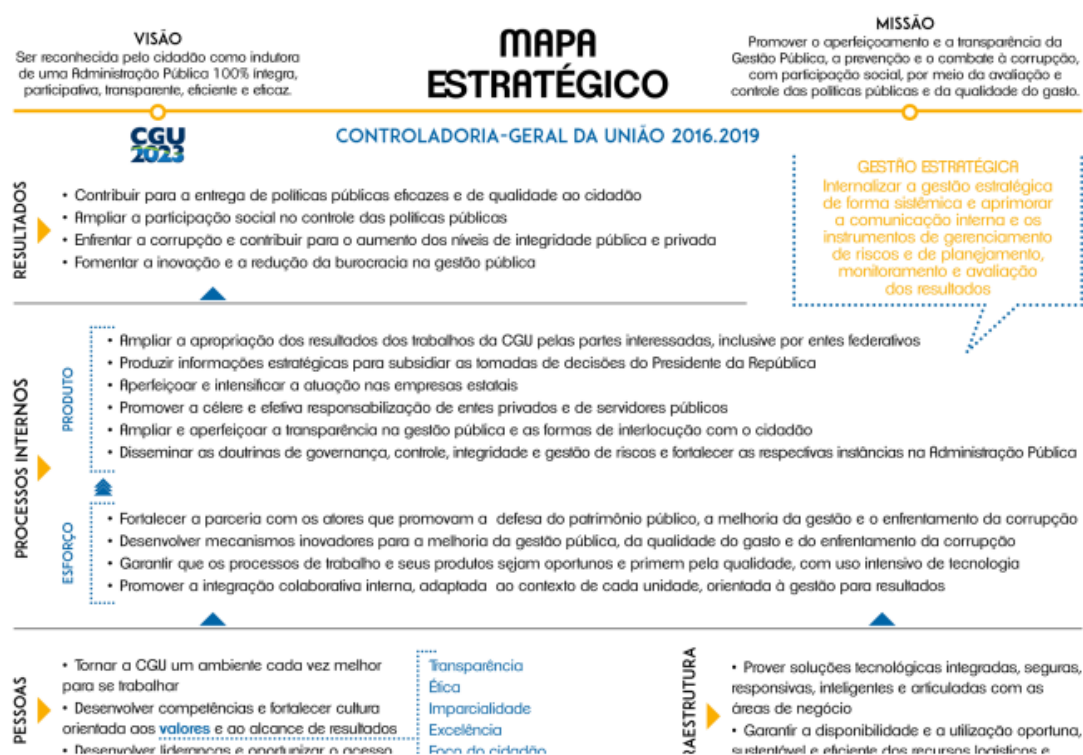
Tendo como característica da instituição a atuação no controle interno no âmbito estatal, incluindo ações de combate à corrupção, com competência “não só de detectar casos de corrupção, mas de antecipar-se a eles, desenvolvendo meios para prevenir a sua

ocorrência” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, c2020), a CGU trabalha com temas diretamente relacionados à vida pública do país e ao exercício da cidadania, especialmente no que respeita ao controle social, que implica diretamente o estímulo à participação.

Na CGU, as políticas institucionais relacionadas ao projeto Fala.BR são bem estabelecidas e fica evidenciado um alinhamento planejado da experiência às normativas. Políticas externas sólidas que embasam a experiência, como a Lei de Acesso à Informação, além de políticas internas que orientam ações de acesso e de ouvidoria são reforçadas quando se trata do projeto ou de outras práticas desenvolvidas pela organização.

No entanto, o plano estratégico da Controladoria-Geral da União foi alterado na Portaria CGU Nº 182, de 22 de janeiro de 2020, que estabelece o novo plano para o ciclo de 2020 e 2023. A Figura a seguir apresenta o Mapa Estratégico 2016-2019 da CGU:

Figura 33: Mapa Estratégico CGU 2016-2019⁵³



Fonte CGU. Relatório de Gestão (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a)

⁵³ A Figura está cortada no original.

Dos vinte objetivos estratégicos relacionados no mapa da CGU válido até 2019, divulgado no relatório anual, o Fala.BR enquadrava-se no Objetivo 2, de “ampliar a participação social no controle das políticas públicas”: “[...] as ações de controle social são materialização fundamental da política de Transparência e são fundamentais para efetivação de gestões públicas mais íntegras, responsáveis e eficazes” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55).

Para o atingimento desse objetivo estratégico foram realizadas ações relacionadas ao Portal da Transparência, à Política de Dados Abertos do Poder Executivo Federal, Garantia do Direito de Acesso à Informação e à Defesa dos Direitos dos Usuários de Serviços Públicos. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55).

O Fala.BR foi inserido diretamente nas duas últimas frentes desse objetivo: Defesa dos Direitos dos Usuários de Serviços Públicos e Garantia do Direito de Acesso à Informação, e as demais correspondem também a ações integradas ao projeto.

Em carta que abre o Relatório de Gestão de 2019, o ministro da Controladoria-Geral da União, Wagner de Campos Rosário, define que a instituição possui, enquanto órgão de Controle Interno do Poder Executivo Federal, duas missões principais – que diferem em forma e parcialmente em conteúdo da missão definida nos planos estratégicos de 2016 a 2019, e na recém lançada de 2020 a 2023: “auxiliar o gestor público para que se possa atingir os objetivos de seus respectivos órgãos, bem como a missão de lutar contra a corrupção” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 8).

O relatório exhibe três vertentes relacionadas à missão de lutar contra a corrupção da CGU. O Fala.BR está inserido na vertente da Prevenção:

Em relação à segunda grande missão – a luta contra a corrupção –, a CGU atua em três vertentes que alcançam de forma transversal as atividades das cinco secretarias. Estamos falando das vertentes de DETECÇÃO, **PREVENÇÃO** e SANÇÃO. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 9, grifos nossos).

(...) no campo da PREVENÇÃO, destacamos a atuação da Ouvidoria-Geral da União (OGU) como órgão central do Sistema de Ouvidoria do Poder Executivo Federal (SISOUV) e cujas **ações estiveram focadas no atendimento ao cidadão e às instituições públicas e privadas, através da disponibilização dos canais de comunicação agora integrados numa única plataforma (FALA.Br).**(CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 10, grifos nossos).

O projeto Fala.BR manteve vinculação com essa identidade corporativa, demonstrando uma aderência a políticas institucionais e a normativos externos. No

entanto, como destacamos, o plano estratégico da instituição foi alterado. A missão da CGU, que era de “promover o aperfeiçoamento e a transparência da Gestão Pública, a prevenção e o combate à corrupção, com participação social, por meio da avaliação e do controle das políticas públicas e da qualidade do gasto” passa, a partir de 2020, a estar relacionada a aumentar a credibilidade do Estado.

A credibilidade de um ente como o governo, ou qualquer outro, deve ser consequência de práticas condizentes, éticas e responsáveis, e não pode estar relacionada, de forma exclusiva, ao aspecto discursivo. Dessa forma, aumentar a credibilidade é uma missão que passa por muitas outras ações concretas e coerentes, que corroborem confiabilidade.

A Figura a seguir demonstra o Mapa Estratégico da CGU 2020-2023, com as atualizações feitas pela instituição:

Figura 34: Mapa Estratégico da CGU 2020-2023



Fonte: Site CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO

Alterações no planejamento estratégico são encaradas como algo natural, realizadas de forma periódica e que têm por finalidade ajustar a organização a novos

contextos internos e externos. No entanto, isso não pode resvalar em adaptações a estilo de governança pois, ao contrário, tornariam nulificadas as políticas institucionais.

O objetivo estratégico a que o Fala.BR e demais ações integradas de ouvidoria e acesso à informação estavam vinculadas foi fundido, restando o de “fortalecer a transparência e a participação social em defesa do interesse público” como o mais diretamente relacionado. Espera-se que a condução do projeto não seja impactada, mas isso merece ser acompanhado nos próximos relatórios institucionais em futuras pesquisas.

7.1.1.1. Políticas e práticas comunicacionais

Em artigo anterior em que relacionamos Comunicação Pública e redes sociais (LUVIZOTTO; SENA, 2018), identificamos iniciativas da CGU no Facebook e em plataformas de *streaming* de vídeo, como o YouTube, trabalhando conteúdos relacionados a temáticas de interesse público, participação e cidadania. De forma clara, diferentes conteúdos são disponibilizados nesses canais aliando recursos tecnológicos a práticas comunicacionais condizentes com preceitos da Comunicação Pública.

Em pesquisa exploratório, verificamos no caso da CGU que conteúdos relacionados à Lei de Acesso à Informação e a ações da plataforma internacional Open Government Partnership, voltada a tornar governos mais abertos no mundo, estão entre as práticas que permitem uma conjugação efetiva de práticas de Comunicação Pública e redes sociais no âmbito governamental no Brasil. Isso nos levou a considerar, na ocasião, que a CGU tem trabalhado de forma regular e ativa o estímulo a conceitos como participação cidadã, controle social e transparência das informações públicas no âmbito do governo federal (LUVIZOTTO; SENA, 2018, p. 89).

Em pesquisa de dissertação, Kniess (2019) conclui na mesma linha, ao analisar conteúdos publicados no Facebook e no Twitter da CGU nos anos de 2015 e 2016, afirmando que a CGU prioriza uma Comunicação Pública de Estado. A autora afirma que “se a transparência é essencial à democracia (BOBBIO, 1997), a CGU certamente está contribuindo para a sua ampliação” (KNISS, 2019, p. 138).

Ao se debruçar sobre publicações de 2015 e 2016, Kniess (2019) faz um recorte temporal que abriga a transição entre o governo de Dilma Rousseff e o governo de Michel Temer, após o impeachment. O trabalho verifica que não houve alteração significativa que representasse uma mudança no perfil das postagens. Também foi observado que a

instituição não utiliza seus perfis para favorecer imagens de governos, partidos ou autoridades políticas.

No entanto, recentes alterações no quadro de dirigentes da instituição, após a posse do presidente Jair Bolsonaro, precisam ser consideradas ao se verificar se houve alteração na condução dos processos comunicacionais da CGU.

Um caso ilustrativo foi a tentativa de suspensão de prazos para atendimento à Lei de Acesso à Informação. Em março de 2020, o presidente Jair Bolsonaro publicou, em meio à pandemia do novo Coronavírus – Covid-19, uma Medida Provisória que suspenderia os prazos para respostas a pedidos feitos via Lei de Acesso à Informação. O trecho da Medida Provisória nº. 928, de 23 de março 2020, que dizia respeito à LAI acabou suspenso dois dias depois pelo ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes⁵⁴, mas, antes disso foi defendido pelo ministro da Controladoria-Geral da União (CGU), Wagner de Campos Rosário, que também assinou a MP do governo.

Mesmo criticada por especialistas e principais entidades ligadas à transparência, ao governo aberto e ao jornalismo investigativo, como a ONG Gastos Abertos, a Open Knowledge Brasil, e a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), respectivamente, a medida foi defendida pelo ministro da CGU. Wagner Rosário fala em comprometimento do governo federal com a transparência e abertura de dados relacionados ao novo Coronavírus, discurso bastante contraditório com a tentativa de suspensão de prazos da LAI.

Ainda que introdutoriamente, o caso mencionado pode indicar mudança na condução de publicações da CGU nas redes sociais, assim como na autonomia da área da comunicação e de demais áreas técnicas caracterizadas pela defesa constante da transparência na gestão.

Com base na discussão levantada, consideramos que a CGU atua diretamente com temas relacionados ao exercício da cidadania, participação, especialmente o controle social, e interesse público. Além dos normativos externos à que a instituição está submetida e deve atender, a CGU desenvolve políticas estruturantes voltadas a esses preceitos fundamentais da Comunicação Pública. A organização tem ainda um trabalho histórico no campo comunicacional, registrado em pesquisas científicas.

⁵⁴ A referida Medida Provisória teve seu prazo de vigência encerrado no dia 20 de julho de 2020.

O Fala.BR está vinculado à estratégia geral da organização, mas é preciso acompanhar alterações recentes na missão e objetivos da organização para que, tanto a condução do projeto, quanto de outras práticas não sejam prejudicados. As políticas institucionais devem manter o foco no cidadão de forma a nortear as ações da CGU em benefício da sociedade e da democracia.

7.1.2. Guia do Voto ante as políticas institucionais da Votorantim

Em relação a políticas institucionais, a Votorantim busca demonstrar a Cidadania e a Democracia como importantes e históricos valores e o Guia do Voto faz referência a esse contexto. Nossas inferências basearam-se em documentos e pronunciamentos públicos, contidos nos sites da organização, do Instituto Votorantim e na imprensa, uma vez que o Grupo não retornou o questionário enviado.

Há uma atuação histórica da companhia, alinhada a políticas institucionais, em relação a ações sociais com empregados, populações locais, próximas às empresas investidas, e em torno da educação. O foco na Cidadania aparece principalmente em normativas da década de 2010 e têm culminância no DNA Social Votorantim, de 2019.

Em linhas gerais, desde 1930 o grupo desenvolve iniciativas que podem ser classificadas no rol da Responsabilidade Socioambiental e da Inovação Social. Como superintendente do grupo, José Ermírio de Moraes, ofereceu um sistema de aquisição de casa própria para operários das fábricas, mediante adiantamentos, e, na década de 1950, lançou uma campanha para que empregados com mais tempo de serviço pudessem ser acionistas do grupo (PANTOJA, c2009).

A ideia que prevalece é a de fortalecer uma democracia liberal, de modo que ações promovidas pela companhia proporcionem um retorno para a sociedade e a própria Votorantim ganhe com isso:

A presença do Grupo Votorantim em um território, por meio de um de seus Negócios, representa uma oportunidade potencial de fomento e apoio ao desenvolvimento local. Para além do pagamento de impostos, a instalação de uma unidade da Votorantim propicia um movimento de crescimento econômico: cria empregos, desenvolve fornecedores locais, atrai outros negócios para a região, contribui para o incremento da infraestrutura, entre inúmeros outros desdobramentos (INSTITUTO VOTORANTIM, 2012, p. 37).

A perspectiva adotada é de que as ações não só beneficiam a comunidade da região, mas também apresentam retornos à companhia: “A principal reflexão estratégica a ser feita é que uma sociedade desenvolvida oferece mais oportunidades e menos riscos para o desenvolvimento dos negócios” (INSTITUTO VOTORANTIM, 2012, p. 37). Esse posicionamento pode ser encontrado também na visão que o Instituto Votorantim assume: “Empresas e comunidades evoluindo em sinergia”.

Em artigo de dezembro de 2018, após as eleições presidenciais, Rafael Gioieli, gerente-geral do Instituto Votorantim afirma que é preciso fortalecer a democracia, pois assim todos ganham:

Paixões à parte, a história ensina que a economia também precisa dos princípios da governança democrática para prosperar e se fortalecer. As forças produtivas devem ficar atentas pois, mesmo com suas inúmeras imperfeições, o pacote da democracia liberal ainda é a melhor alternativa que temos. Diante disso, iniciativas republicanas e construtivas como a RAPS e o Guia do Voto precisam servir de inspiração e se multiplicar nos próximos meses e anos. Afinal, quando se fortalece a democracia, todos ganham. (GIOIELI, 2018)

Em documento de 2012, o Guia de Investimento Social Externo do Instituto Votorantim apresenta diretrizes para investimento social externo, em que um dos princípios é o engajamento da comunidade. Entre os objetivos definidos nessas diretrizes, há o de “promover direitos e a construção democrática de um projeto de futuro comum” (INSTITUTO VOTORANTIM, 2012, p. 15).

A Estratégia de atuação social: Guia de Planejamento, publicada em 2016 pelo Instituto Votorantim, portanto, antes do Guia do Voto, contém definições sobre o planejamento de atuação social da companhia. Segundo o documento, os programas e projetos do portfólio do Instituto se concentram em quatro eixos de desenvolvimento territorial, incluindo formação da cidadania, com foco, entre outros, nos direitos civis (INSTITUTO VOTORANTIM, 2016, p. 30).

O Código de Conduta da Votorantim faz referência a normativos externos internacionais, incluindo a Declaração Universal de Direitos Humanos das Nações Unidas:

Como uma Empresa global, estamos sujeitos às leis e aos regulamentos dos diversos países onde estamos presentes e temos o compromisso de atender, sustentar e até nos aprimorar em termos de padrões e práticas internacionais, como os princípios do Pacto Global das Nações Unidas, a Declaração Universal de Direitos Humanos das Nações Unidas, entre

outras melhores práticas de governança. (VOTORANTIM, c2020, p. 11).

Entre as referências gerais, temos no site da Votorantim o Compromisso com a sociedade e referências ao valor da Cidadania: “Gerar impacto positivo para a sociedade, promovendo o desenvolvimento local e preservando o meio ambiente, é um **compromisso presente ao longo de nossa história. Um componente de nossa cultura que orienta nosso jeito de fazer negócios**”. (VOTORANTIM, 2020a, grifo nosso). “Nós, da Votorantim, **acreditamos na força das pessoas em exercer sua cidadania** como a forma mais poderosa de construir uma sociedade mais justa. **Historicamente esse sempre foi um valor**” (VOTORANTIM, 2020a, grifo nosso).

O principal documento sobre a atuação social do Grupo Votorantim é o DNA Social, publicado em 2019, mas que não se tornou público nem foi encaminhado para nós, após solicitação. Sobre o documento, a Votorantim destaca que esse DNA contempla:

Encontrar soluções dentro e fora dos limites das empresas e modelos de negócio, buscando integrar o social ao core business; Conectar pessoas, habilidades, objetivos e parceiros econômicos em prol do desenvolvimento sustentável; estabelecer pontes com as comunidades locais, construindo espaços democráticos de discussão (VOTORANTIM, 2020b, p. 13).

No que respeita ao Guia do Voto, as diretrizes institucionais voltadas às práticas de cidadania não são citadas. Outra ausência observada é que embora o Guia afirme que Cidadania e Educação são os principais temas do centenário, o site do Instituto não menciona a Cidadania:

Escolhemos a educação e a cidadania como os principais temas do nosso centenário, pois acreditamos na força transformadora que elas têm para a construção do nosso futuro comum. (MIRANDA, 2018, p. 4).

A Votorantim celebra os 100 anos de sua fundação com o propósito de deixar um legado para a sociedade. **Para isso, escolheu o tema da Educação como causa prioritária para marcar seu centenário** e ampliou a presença do programa Parceria Votorantim pela Educação (PVE), para mais de 100 municípios brasileiros. (INSTITUTO VOTORANTIM, c2020).

Tal incongruência recai na ausência de referências normativas claras que alinhem o Guia do Voto a políticas institucionais do grupo Votorantim, não obstante práticas relacionadas. Na ausência de referências a políticas concretas estabelecidas, alguns pontos são comumente citados como motivadores pelo envolvimento da companhia a

pautas pró-cidadania e pró-democracia. A nacionalidade brasileira é um desses, além da longevidade da companhia, que ganha um capítulo importante no centenário:

O que leva uma empresa a apoiar a produção de uma plataforma de conscientização das pessoas em torno da importância do voto? No caso da Votorantim, o fato de se tratar de uma empresa brasileira e centenária, além de, ao longo de sua história, ter sempre buscado contribuir para o desenvolvimento do país e das pessoas, das cidades e das regiões em que atua e de nunca ter deixado de acreditar e investir no futuro (MIRANDA, 2018, p. 4).

A Votorantim acredita que é papel de uma empresa contribuir para esse processo de conscientização política. Fazemos isso porque acreditamos no Brasil. Porque somos uma empresa brasileira e temos orgulho do que fizemos e do que temos por fazer. Porque completamos nossos primeiros 100 anos e já nos preparamos para os próximos, renovando nossos votos com valores que ajudarão a transformar o nosso país em uma sociedade melhor para todos (MIRANDA, 2018, p. 5).

Em 2018, além do desenvolvimento do projeto Guia do Voto, que ganhou um aplicativo próprio aberto à toda a sociedade, o grupo ajudou a financiar outras experiências parecidas. Uma delas é o aplicativo Poder do Voto, desenvolvido em 2018 por Mario Mello, ex-diretor geral da PayPal na América Latina, visando propiciar ao cidadão possibilidades para tomar decisão na hora do voto. Na ocasião como diretor do grupo, João Miranda afirmou sobre a importância da iniciativa que “o processo eleitoral no Brasil só irá evoluir se tivermos conhecimento e recursos que aproximem o cidadão da política” (FORBES, 2019).

O que identificamos é que o Guia do Voto não é um caso isolado de atuação do Grupo Votorantim junto ao tema da Cidadania. Há um rol de atuação nesse campo, mais evidenciado na análise de ações integradas do Capítulo 7, e há normativas que colocam a Cidadania dentro da atuação estratégica do Grupo.

Por outro lado, há certa dissonância entre a experiência Guia do Voto enquanto prática pró-cidadania e políticas institucionais, pois não há referência direta de inserção da experiência junto a um programa ou política específica. A sistematização parece ocorrer somente após o DNA Social, que é de 2019, e não foi tornado público. É possível enxergar o Guia como uma culminância do envolvimento prático do Grupo Votorantim em projetos de cidadania, nas circunstâncias do centenário da corporação, sendo um marco nesse sentido.

7.1.2.1. Políticas e práticas comunicacionais

O debate de aspectos comunicacionais em empresas privadas tem sido privilegiado em pesquisas relacionadas à comunicação organizacional, sendo pouco explorados na Comunicação Pública de forma empírica, como a que propomos aqui. A visada de como grupos empresariais podem se relacionar com a Comunicação Pública ainda é pouco comum em publicações acadêmicas. Fora a recenticidade do campo, pesa a prioridade das abordagens na esfera das instituições de Estado, conforme abordamos nos capítulos anteriores.

Estudos da área da Comunicação relacionados à Votorantim não fogem a essa regra. Além de serem poucos, detêm-se na perspectiva da comunicação organizacional, sobretudo, em análises da comunicação interna desenvolvida pelo grupo junto a seus empregados. Têm ainda em comum tratarem-se na maioria de estudos monográficos, como é o caso da abordagem de Santos (2013) e Barbosa (2007).

O principal destaque nesses casos para nosso objeto de pesquisa são os apontamentos sobre normativas internas desenvolvidas pelo Grupo relacionadas a práticas comunicacionais. Santos (2013) cita o monitoramento nas mídias sociais, desenvolvido pela Votorantim Cimentos, foco do trabalho da autora, com acompanhamento de temas relacionados ao negócio da empresa e esclarecimento de dúvidas.

Takiy (2010) aproxima-se mais do nosso objeto de pesquisa em sua dissertação de Mestrado ao abordar a comunicação institucional de empresas brasileiras envolvidas na produção de livros, jornais e revistas, sobre estratégias de sustentabilidade. A Fibria, empresa que fez parte do grupo Votorantim entre 2009 e 2019, integra o *corpus* de análise do autor.

A partir do cruzamento de documentos e relatórios institucionais com outras publicações empresariais e da imprensa relacionados a sustentabilidade empresarial, o autor apontou casos de conflitos travados com comunidades indígenas e quilombolas no entorno de propriedades da empresa Aracruz, adquirida pela Votorantim em 2009, após junção com a VCP, e que deu origem à Fibria. Denúncias sobre mudança no curso dos rios próximos ao município de Aracruz, no Espírito Santo, também estão no rol de conflitos da empresa adquirida pela Votorantim na época.

No relatório anual da Votorantim ano base de 2018, foram divulgados resultados do diagnóstico global da atuação social, com uma pesquisa com 136 líderes de operações, que revelou que 38% já vivenciou algum tipo de conflito com a comunidade com impacto para a operação e/ou reputação da empresa (VOTORANTIM, 2019).

Como a empresa dialoga com as comunidades atingidas, como tais temas chegam ou não chegam ao público, e de que forma pautas relacionadas à sustentabilidade e à cultura de comunidades tradicionais são conduzidas pelo Grupo Votorantim são fatores que dizem respeito à Comunicação Pública.

Apesar de não mais integrar o grupo Votorantim, a investigação de Takiy (2010) indica uma atuação da Fibria no campo comunicacional para amenizar tensionamentos existentes entre práticas socioambientais conflituosas e o discurso de organização socialmente responsável, enquanto a empresa integrava a Votorantim. Isso não quer dizer que a Fibria ou o próprio grupo Votorantim não promovam práticas efetivas vinculadas à Responsabilidade Socioambiental.

7.1.3. Operação Serenata de Amor ante as políticas institucionais da OKBR

A Operação Serenata de Amor é uma experiência focada no controle social pautada no uso de tecnologias. Dados abertos e governo aberto, transparência e *accountability* são conceitos incorporados no cerne do projeto para atingir tal fim, em alinhamento com tecnologias digitais, sobretudo, tecnologias cívicas.

Dessa forma, a OKBR divulga mais ampla e sistematicamente conceituações assumidas em relação a conhecimento aberto e dados abertos, temas centrais para a organização. Conforme o entendimento divulgado, os dados devem estar disponíveis como um todo, de uma forma conveniente e modificável. Quando houver custo, este não deve ser maior que um custo razoável de reprodução.

Outro ponto defendido diz respeito à Reutilização e Redistribuição dos dados. Esse definidor dispõe que os dados devem ser fornecidos de uma forma que permita a reutilização e a redistribuição, incluindo a combinação com outros conjuntos de dados. E, além disso, a Participação Universal. Esse aspecto diz respeito que todos devem ser capazes de usar, reutilizar e redistribuir os dados, sem discriminação contra áreas de atuação, pessoas ou grupos (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a).

A visão a que o trecho se refere consta no site da OKBR, no espaço Missão, Visão, Valores. Essa identidade corporativa tem como Missão e Visão:

Missão: Ferramentas para promover o conhecimento livre. Nós utilizamos e desenvolvemos ferramentas cívicas, projetos, análises de políticas públicas, jornalismo de dados e promovemos o conhecimento livre nos diversos campos da sociedade. Na esfera política, buscamos tornar a relação entre governo e sociedade mais próxima e transparente (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a).

Visão: Um mundo de livre conhecimento, online e offline. Queremos um mundo onde o conhecimento livre esteja presente em todo nosso cotidiano, no online e no offline. Promovemos o conhecimento livre por acreditar em sua capacidade de gerar grandes benefícios sociais. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a).

Dos valores divulgados pela OKBR, alguns são formulados de maneira geral como Respeito e Tolerância ou Diversidade. Outros são mais específicos e podem ser identificados em alinhamento direto com a Operação Serenata de Amor.

Entre eles está a Responsabilidade e ética no uso dos dados. Segundo a OKBR, há muitas fontes de dados sendo acessadas por diferentes atores, com diferentes usos e implicações. A organização demonstra uma preocupação em levantar discussões e fazer as perguntas certas sobre os limites no uso de dados e como a privacidade e a vigilância são consideradas em diferentes contextos.

Transparência e Código Aberto também são valores da Open Knowledge Brasil. No primeiro caso, eles afirmam tornar visíveis as atividades e os processos da instituição, com uma comunicação aberta e inclusiva, para que todos os interessados tenham as informações que desejam sobre a organização. Outro valor institucional defendido pela organização é o apartidarismo. A OKBR não é ligada a nenhum partido e afirma não defender ou apoiar uma visão política única.

Nos documentos analisados, há pouca referência a normativas estabelecidas em torno das ações. O relatório anual volta-se, sobretudo, às práticas desenvolvidas pela organização em 2018, e o site da Operação e o questionário não apresentam referências a políticas estruturantes, com exceção de uma alusão ao fortalecimento havido na visão estratégica a partir do ingresso da Serenata na OKBR:

Sob nova liderança e com uma nova equipe, fruto da entrada do time da Operação Serenata de Amor, dedicamos tempo a fortalecer nossa visão estratégica e nossas linhas programáticas, com o objetivo de posicionar a organização na vanguarda do movimento do conhecimento aberto (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 4).

Como vemos, há direcionamentos institucionais para as práticas de um modo geral, que oferecem balizamento para as ações, embora não sejam divulgados manuais e normativas específicas mais completas sobre políticas institucionais, além das definições contidas no site. A Operação Serenata de Amor pode ser vista inserida nessas coordenadas e, como detalhamos posteriormente, pertencente a um eixo específico dentro da organização.

7.1.3.1. Políticas e práticas comunicacionais

Neste espaço debatemos a relação da Operação com a Comunicação. Apresentamos trabalhos que se dedicam a investigar a Operação e as abordagens realizadas nos aspectos comunicacional, questão central e ainda pouco explorada sobre o projeto.

Trabalhos acadêmicos consultados analisam o projeto Operação Serenata de Amor sob perspectivas diversas como a ciência jurídica (NOHARA; COLOMBO, 2019; FERRARI, 2018), ciência política (SILVA, 2018) e gestão pública (OLIVEIRA, 2018), com exceção dos trabalhos de Sílvia Dalben, que explora o jornalismo automatizado. Apesar de predominantemente não partirem do aspecto comunicacional, os pesquisadores costumam destacar a comunicação como um fator determinante para o sucesso do projeto.

Na Ciência Jurídica, destacam-se os trabalhos de Nohara e Colombo (2019) e de Ferrari (2018). Ambos ressaltam a dificuldade de acesso a dados abertos no Brasil, considerando que muitos dos dados disponíveis são de difícil identificação e cruzamento, por parte dos cidadãos. A questão é um dos alvos da Operação, que, a partir das denúncias de casos suspeitos, a situação levantada é disponibilizada de forma pública, ainda que restrita ao Twitter, permitindo o controle social, apoiado em tecnologia. Nesse sentido, para Nohara e Colombo (2019), o controle possibilitado pela Operação Serenata de Amor se torna mais efetivo com o uso da inteligência artificial e a implementação dos robôs Rosie e Jarbas.

Silva (2018) destaca que a adoção de Rosie para não só tratar, mas também divulgar a suspeita identificada, revela uma mudança de conduta em relação à divulgação do nome do parlamentar envolvido no gasto suspeito. Nohara e Colombo (2019) também apontam que a divulgação dos gastos suspeitos permitiu um questionamento mais eficaz dos desvios e da malversação dos recursos públicos, e acrescentam:

[...] é preciso reconhecer que a transparência pública somente é efetiva e, portanto, só cumpre com a sua missão quando possibilita que as informações reveladas em razão dela possam sujeitar-se ao julgamento/escrutínio dos cidadãos, pois, para além do princípio da publicidade, a transparência implica informações que sejam claras e decodificáveis (NOHARA; COLOMBO, 2019, p. 100).

Já Ferrari (2018), em um artigo que busca uma interseção entre Direito Administrativo e Direito e Tecnologia, trata da relevância do emprego de tecnologia na Administração Pública. A autora ressignifica a ideia do panóptico e da vigilância para explicar um fenômeno de controle que pode ser feito por cidadãos e mesmo pelo próprio governo em relação à sua própria atuação com base, sobretudo, em tecnologias digitais. Nessa linha de argumentação, a Operação Serenata Amor formaria um exemplo. Seria um panóptico digital, mas não para vigilância sobre a sociedade, e sim pela sociedade:

Neste trabalho defendemos que a tecnologia já existente seja utilizada no campo do controle da Administração Pública para criar no agente público a mesma sensação de vigilância permanente, e a mesma insegurança sobre o que exatamente está sendo objeto de análise, de forma que esse agente se preocupe com a conformação plena de sua atuação aos parâmetros legais, “ameaçado” pela célere e efetiva exposição de suas falhas, fiscalizada potencialmente tanto pelo Estado como pela sociedade (FERRARI, 2018, p. 13).

Também voltado ao controle social na Administração Pública, mas na perspectiva da gestão pública, Oliveira (2018) entende que os resultados obtidos pela Operação Serenata de Amor vão além dos recursos públicos utilizados por parlamentares e identificados como gastos suspeitos, mas também deve ser considerado o envolvimento de apoiadores para financiamento do projeto e de voluntários, a repercussão em redes sociais e as notícias publicadas pelos principais veículos de imprensa (OLIVEIRA, 2018).

Baseada em Peruzzotti e Smulovitz (2002), Silva (2018) entende que a atuação da Operação Serenata de Amor seria uma forma de *accountability* social, em que o controle social é usado para responsabilização. “Todas essas ações geradas pelas denúncias e pressão da sociedade denotam uma responsabilização e um aumento da prestação de contas por parte desses representantes” (SILVA, 2018, p. 50-51).

Percebemos que, apesar de as pesquisas trabalharem em perspectivas que não estão diretamente relacionadas à Comunicação, o aspecto comunicacional é um fator mencionado como responsável por boa parte do sucesso da Operação. A forma como as denúncias são feitas, principalmente a publicização pelo Twitter, somada à utilização da

inteligência artificial personificada no robô Rosie e, depois, em Jarbas, parecem formar o ponto central de destaque da Operação Serenata de Amor apontado em diversos trabalhos.

Ainda assim, embora apontado em diferentes trabalhos, o aspecto comunicacional da OSA não ganhou a relevância na pesquisa acadêmica que pode ser identificado na prática da iniciativa. Dalben (2019, p. 17) destaca que é possível verificar na Operação um “uso peculiar e original da tecnologia como ferramenta de apuração e suporte para o trabalho realizado pelos jornalistas”.

A exposição pública de um gasto suspeito em uma rede social que permite a interação dos usuários, com comentários e reações à cada publicação, abriu um rol de possibilidades para efetivação do controle social. Além disso, a automatização das tarefas pode conferir às publicações na rede social mais credibilidade e a impressão de maior imparcialidade, dado o uso da inteligência artificial e de um perfil não pessoal para divulgação. E, por outro lado, a conta em nome de um robô personalizado pode gerar mais proximidade do que geraria um perfil institucional.

7.1.4. Considerações sobre as experiências ante as políticas institucionais

Como vimos, há uma variedade na formalização de políticas institucionais e vinculação dos projetos a essas normativas, tanto internas quanto externas. O projeto Fala.BR apresenta vinculação a uma série de políticas que a CGU formulou ou segue, enquanto o Guia do Voto e a Operação Serenata de Amor demonstram uma vinculação mais opaca, embora presente.

O Fala.BR está inserido em um escopo de atuação consistente e relaciona-se a um amplo conjunto de políticas, com práticas comunicacionais a configurar correlação com a Comunicação Pública. Mudanças recentes podem repercutir de uma forma geral nos projetos realizados e precisam ser investigadas e monitoradas.

O Guia do Voto corresponde a uma atuação histórica do Grupo Votorantim no campo da cidadania, mas pouco sistematizada, com exceção do recente DNA Social Votorantim. As ações no campo social, de forma geral, estão inseridas na estratégia da organização e estão alinhadas ao negócio, de modo que “todos ganhem”. Os estudos acerca da comunicação na companhia relacionam-se, sobretudo, a aspectos organizacionais, mas há referências a mediações de conflitos entre grupos minoritários.

Também a OKBR apresenta direcionamentos sólidos principalmente no campo dos dados abertos, mas pouco sistematizados ou manualizados. Pelos trabalhos acadêmicos consultados, fica evidenciada a ampla relevância dos processos comunicacionais para o êxito da Operação Serenata de Amor.

É preciso destacar que relacionar políticas institucionais a iniciativas não se trata necessariamente de citar documentos legais à exaustão ou fazer referências de forma burocrática – o que, ao contrário, pode prejudicar o entendimento.

A relação de práticas a políticas e normativas em geral deve ser feita de maneira direta e objetiva, informando qual a política, valor, manual ou documento institucional a experiência se vincula, mas isso pode ser feito de maneira mais ou menos formal, a depender dos objetivos, público e formato adotado para a comunicação.

A seguir, passamos a segunda etapa investigativa deste capítulo, que é a Análise de Conteúdo.

7.2. SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Neste tópico esclarecemos aspectos centrais das estratégias adotadas para análise de conteúdo, pautadas em referência teórica principalmente de Bardin (2009), mas também de Fonseca Júnior (2005).

Entre as definições de Bardin (2009) para Análise de Conteúdo (AC), algumas já abordadas no Capítulo 4, uma que se relaciona diretamente ao escopo desta pesquisa é a que designa Análise de Conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, p. 44).

Seguindo o ordenamento proposto pela autora, realizamos no chamado polo pré-análise a organização do procedimento, momento em que se deve definir aspectos como os documentos a serem analisados, os objetivos e a elaboração dos indicadores (BARDIN, 2009).

Quanto ao objetivo da análise no nosso caso corresponde a dois dos objetivos específicos traçados para esta pesquisa: Verificar como as experiências analisadas se inserem no contexto de políticas institucionais e comunicacionais das organizações;

Apontar formas de materialização de preceitos da Comunicação Pública ligados à Cidadania, Participação e Interesse Público, assim como a diretrizes institucionais e a aspectos de transparência.

Dados os objetivos, optamos por submeter à análise relatórios, normativas e informações oficiais disponibilizadas pelas organizações tanto nos sites institucionais quanto nas páginas das experiências analisadas. Isso porque tais documentos é que permitem compreensão das políticas adotadas, como iremos detalhar a seguir, conferindo um acervo para análise que ultrapassa a experiência em si, mas a contempla, em certo sentido.

Para a formação do *corpus* de análise, com definição do conjunto de documentos a serem submetidos aos procedimentos analíticos, seguimos as regras de representatividade e pertinência postuladas por Bardin (2009). Assim, selecionamos três tipos de documentos:

1. Relatório anual da organização que contemple a experiência analisada⁵⁵:
 - A. Relatório de Gestão da Controladoria-Geral da União, ano base 2019.
 - B. Relatório de Atividades do Instituto Votorantim, ano base 2018.
 - C. Relatório Anual da Open Knowledge Brasil, ano base 2018.
2. Documentos informativos sobre as experiências analisadas:
 - A. Fala.BR - Questionário aplicado pela pesquisadora junto a representante da área de comunicação da CGU.
 - B. O Grupo Votorantim não respondeu ao Questionário enviado. Nesta seção foi incluído o principal documento que traz informações diretas sobre a experiência: o documento em PDF Guia do Voto, de autoria de Humberto Dantas.
 - C. Operação Serenata de Amor - Questionário aplicado pela pesquisadora junto a representante da área de comunicação da OKBR.
3. Informações oficiais disponibilizadas nos sites institucionais e nos sites das três experiências analisadas:
 - A. Fala.BR: site do Fala.BR e site da CGU, nos conteúdos sobre a instituição, sobre Acesso à Informação e sobre Ouvidoria, que são as relacionadas ao projeto.

⁵⁵ Os relatórios anuais da CGU e da Votorantim foram publicados no ano posterior ao ano base. O relatório da OKBR não tem data de publicação, por isso mantivemos a data do ano base.

- B. Guia do Voto: site do Guia do Voto; site da Votorantim, nos conteúdos sobre a instituição e sobre Cidadania; site do Instituto Votorantim, nos conteúdos sobre o instituto e sobre projetos realizados.
- C. Operação Serenata de Amor: site da Operação Serenata de Amor; site da OKBR, nos conteúdos sobre a instituição e sobre o Programa de Inovação Cívica, em que se insere a Operação.

O tipo de análise definido para esta investigação foi a análise temática, com unidades de codificação relacionadas a preceitos e fundamentos da Comunicação Pública. Nossa compreensão sobre tema é a de “unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado”, com a qual intenta-se descobrir os núcleos de sentido que compõem o objeto (BARDIN, 2009, p. 131).

O conjunto de categorias foi definido mesclando as formas *a priori* e *a posteriori*, isto é, a partir do aporte teórico da Comunicação Pública e após leitura flutuante nos documentos. O objetivo foi uma aplicação precisa ao conjunto de informações analisadas e que o sistema de categorias fosse produtivo no plano das inferências, como recomenda Bardin (2009).

Dessa forma, a categorização seguiu-se como processo do tipo estruturalista por agrupamento semântico. Das características postas por Bardin (2009) para qualificar um sistema de categorias adotamos a homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade, e produtividade, que nortearam a formulação dos códigos. Apenas não utilizamos a exclusão mútua, dado que algumas sentenças foram classificadas em mais de uma categoria. A autora explica que em certos casos essa atitude é possível desde que não haja ambiguidades no momento do cálculo.

As categorias foram reunidas em três eixos: Preceitos da Comunicação Pública, Diretrizes institucionais e Transparência. Esses eixos representam aspectos fundamentais a serem observados em práticas a serem analisadas na perspectiva da CP, abrangendo normativas e características das experiências que são comunicadas nos principais documentos relacionados aos projetos. Todas foram analisadas na interface Experiência/Instituição promotora.

Em **Preceitos**, analisamos: 1. Interesse público, 2. Cidadania e 3. Participação social. Em **Diretrizes Institucionais**, voltamos nosso olhar ao 1. Compromisso com a democracia, 2. Programa institucional, 3. Ações institucionais integradas e 4. Política de continuidade. No eixo **Transparência** reunimos as ocorrências em categorias e subcategorias: 1. Publicização da ação – Resultados da ação e Repercussão; 2.

Accountability – Prestação de contas e Apoiadores e patrocinadores; 3. Uso de dados dos participantes – Finalidade de uso de dados e Proteção ao uso de dados.

As unidades de registro, isto é, as unidades de significação a codificar, foram definidas por tema. Como a presença ou frequência de aparição podem apresentar diferentes significados para o objetivo analítico escolhido, damos proeminência à presença ou ausência, mas computamos a frequência de aparição do tema, desde que não se tratasse da mesma frase em nova ocorrência ou frase diretamente equivalente – com mudanças de poucas palavras, com o fim de evitar duplicidades que enviesariam os resultados.

As unidades de contexto, que auxiliam a compreender a significação exata da unidade de registro, foram as sentenças e, em algumas situações, os parágrafos de identificação do tema – já que, como alerta Bardin (2009), em muitos casos torna-se necessário fazer referência ao contexto próximo ou distante da unidade de registro.

Nossa análise foi realizada com o suporte do software de análises qualitativas ATLAS.ti, licenciado para estudante. O programa é líder mundial em software para análise qualitativa de dados profissional, Qualitative Data Analysis (QDA), ou pesquisa qualitativa apoiada por softwares de análise de dados, Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software (CAQDAS). Essa tipologia de programa está entre as mais recentemente desenvolvidas para auxílio na análise de texto de forma automatizada (FONSECA JÚNIOR, 2005). A automatização em certas fases permite mais rapidez, mais rigor na organização da investigação e a possibilidade de manipulação de dados complexos (BARDIN, 2009).

O ATLAS.ti foi utilizado nesta pesquisa em dois dos três níveis apontados por Laurence Bardin (2009) como possíveis para análise de conteúdo por computador: no tratamento do texto e nas operações estatísticas. As análises propriamente ditas, que formam o outro nível diferenciado pela autora, foram realizadas de forma não automatizada, embora dentro do software.

A categorização não automática foi necessária por se tratar de análise temática, cabendo o processo de interpretação e classificação à pesquisadora, especialmente por não se restringir ao aspecto frequencial. Também lançamos mão do software para criação de nuvens de palavras para cada categoria.

O Quadro a seguir, apresenta o sistema de codificação adotado.

Quadro 4: Sistema de codificação para análise de políticas de Comunicação Pública

Eixos	Categorias	Núcleo de sentido
Preceitos da Comunicação Pública	Interesse público	Como a ideia de interesse público é incorporada, defendida e valorizada pela instituição.
	Centralidade no cidadão	Como a centralidade no cidadão é expressa, explicitada.
	Participação social	Quais são as formas de participação social promovidas pela experiência.
Diretriz institucional	Explicitação de compromisso com a democracia	Como se explicita compromisso institucional ou defesa expressa da democracia, sua valorização e importância para sociedade.
	Programa institucional	Categoria binária. A iniciativa integra um programa institucional estabelecido, direta ou indiretamente, ou trata-se de uma ação isolada.
	Integração institucional	Quais ações da instituição estão integradas à experiência analisada, com envolvimento de outras áreas, de outros projetos programas ou outras práticas, ou trata-se de uma ação isolada.
	Política de continuidade	Qual a durabilidade do projeto, se de caráter permanente, com uma política de continuidade, ou de caráter temporário e sazonal.
Transparência	Resultados	Quais são os resultados qualitativos, quantitativos, alcances da experiência divulgados, quando houver.
	Publicização da ação	Formas de repercussão na esfera pública, como cobertura midiática, debates, eventos, palestras; formas de compartilhamento da experiência.
	<i>Accountability</i>	Categoria binária. Presença de prestação de contas da experiência, como recursos arrecadados, recursos gastos.
		Quais são patrocinadores, apoiadores da experiência e da organização citados.
	Uso de dados dos participantes	Quais as finalidades do uso de dados dos participantes, quando há uso.
		Quais as políticas para proteção de dados dos participantes, privacidade, segurança citadas.

Fonte: Elaboração própria.

O primeiro Eixo de análise foi das categorias dos Preceitos da Comunicação Pública: Cidadania, Participação e Interesse Público.

A Participação foi a categoria com mais ocorrências. Os três projetos falam, discutem e valorizam a participação social, em diferentes âmbitos, como destacamos a seguir. Já a cidadania ocupa maior ênfase nos documentos relativos ao Fala.BR, enquanto o Interesse Público como expressão não é citado, embora a Operação Serenata de Amor faça alusão em termos equivalentes, como vemos posteriormente.

A seguir, detalhamos as ocorrências conforme a codificação por preceito analisado.

7.3.1.1. Cidadania

Nesta categoria verificamos como a centralidade no cidadão é expressa nas experiências analisadas. Falas que ressaltam a importância do cidadão e do exercício da cidadania foram aqui categorizadas. A partir da codificação, temos o seguinte:

Tabela 11: Centralidade no cidadão

Preceito	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Centralidade no cidadão	69%	15,5%	15,5%	100%
Totais	8	2	2	9

Fonte: Elaboração própria

Observamos que as citações relacionadas à centralidade no cidadão foram em maior quantidade no projeto Fala.BR (69%), enquanto Guia do Voto e Serenata do Amor tiveram apenas duas citações cada (15,5%).

Em relação à CGU, a entrega do sistema como uma plataforma para facilitar a vida do cidadão é enfatizada no relatório anual e no site da plataforma Fala.BR, associado à facilidade gerada para instituições públicas e privadas. A perspectiva é mais instrumental, como se vê em:

No ano de 2019, a CGU trabalhou **no atendimento ao cidadão e às instituições públicas e privadas**, disponibilizando vários canais de comunicação entre o órgão e os usuários do serviço público, tais como o Sistema Informatizado de Ouvidorias do Poder Executivo federal (e-

Ouv) e o Sistema e-SIC, agora reunidos na plataforma Fala.BR. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 29, grifo nosso).

Nesse sentido, priorizamos em 2019 a entrega de sistemas de informação **importantes para o cidadão** a exemplo do Fala.BR - plataforma integrada de ouvidoria e acesso à informação. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 37, grifo nosso).

A união dos dois sistemas abre caminho para novas funcionalidades que **facilitarão a vida dos cidadãos e dos gestores** em todos os níveis de governo (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020, grifo nosso).

Mas também há ocorrência que assume a centralidade do cidadão como essencial:

Por meio da coordenação destes processos individualizados de garantia de direitos, a ouvidoria, como instrumento de gestão, permite que o cidadão ocupe seu real lugar no centro do processo governamental, promovendo sua participação para a avaliação e controle de programas públicos, essencial para a criação e percepção de valor público (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55).

Essa é a perspectiva que também aparece no Questionário encaminhado por nós. A CGU ressaltou a centralidade no cidadão numa perspectiva de cultura de comunicação e responsabilidade, impulsionadas pela aprovação da LAI e do Código de defesa dos usuários de serviços:

A Lei de Acesso à Informação e a recente aprovação do Código de defesa de usuários de serviços tiveram um grande impacto positivo nos últimos anos e estão contribuindo para a consolidação de uma cultura de comunicação e responsabilidade com o cidadão nas diferentes estruturas governamentais, especialmente no âmbito do Poder Executivo federal, **colocando o cidadão como ator principal do processo** (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

OKBR e Votorantim mencionam a importância do cidadão para os projetos, mas em menor número e de maneira mais genérica. Na Operação Serenata de Amor, temos:

Queremos fazer isso: usar tecnologia para permitir que **os cidadãos monitorem os gastos públicos** (OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, 2020, grifo nosso).

O apoio a uma **cidadania ativa é um caminho para a retomada da confiança no país** (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, grifo nosso).

A Votorantim busca estabelecer a relação da empresa com ações de estímulo ao exercício da cidadania, destacado como um valor histórico institucional. No entanto, a

cidadania está, não só neste código como em outros, fortemente associada ao exercício do voto.

Nós, da Votorantim, acreditamos na força das pessoas em **exercer sua cidadania como a forma mais poderosa de construir uma sociedade mais justa**. Historicamente esse sempre foi um valor (VOTORANTIM, 2020a).

7.3.1.2. Participação

Nesta categoria identificamos quais são as formas de participação social promovidas pela experiência. A participação social foi uma das categorias que mais aparecem nos documentos analisados.

Tabela 12: Participação social

Preceitos	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Participação social	28%	30%	42%	100%
Totais	10	11	15	36

Fonte: Elaboração própria.

Dos projetos, o Guia do Voto é o que mais enfatiza a necessidade da participação social, com 42% das citações encontradas, mas isso ocorre de forma concentrada no documento guia do voto. Fala.BR e Operação Serenata de Amor apresentam resultado semelhante, com 28% e 30% das citações, respectivamente.

No Fala.BR, a ideia de participação social está fortemente relacionada à interação com o poder público, seja com pedidos de informação pública a manifestações de ouvidoria. Há uma compreensão em torno da participação ativa, composta também pela ideia de controle social.

A sociedade tem hoje à sua disposição uma gama de informações disponibilizadas na internet, através de painéis especialmente criados com essa função, em linguagem de fácil entendimento e que busca dar conhecimento amplo de todas as manifestações de ouvidoria recebidas, de forma que **a própria sociedade exerça o seu papel fiscalizador, participando diretamente da avaliação e controle** de programas e políticas públicas, direito fundamental estabelecido na Constituição Federal (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 10).

A manifestação é uma forma de o cidadão expressar para a ouvidoria seus anseios, angústias, dúvidas, opiniões e sua satisfação com um atendimento ou serviço recebido. Assim, **pode auxiliar o Poder Público a aprimorar a gestão de políticas e serviços, ou a combater a prática de atos ilícitos** (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, c2017, grifo nosso).

A Plataforma Fala.BR é uma ação integrada da CGU, que busca criar um ambiente seguro e acessível para o exercício dos direitos previstos no art. 37, §2º da Constituição Federal, **relacionados à participação, ao controle social e ao acesso à informação** (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Para a CGU, as instituições públicas têm o papel de promover o diálogo, a participação, a informação, o acesso e o engajamento da população nas políticas públicas. A participação social é elencada compondo um objetivo estratégico da CGU:

Objetivo 2 - Ampliar a Participação Social no Controle das Políticas Públicas. A ampliação da participação social como elemento de controle das políticas públicas é o principal motivador desse objetivo estratégico de resultado. Esse objetivo visa fazer com que haja uma maior **participação da sociedade na avaliação e no controle das políticas públicas**. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55, grifo nosso).

Ampliar a participação social no controle das políticas públicas é extremamente abrangente e desafiador, que está diretamente relacionado com a abertura governamental. **Os avanços reais desse processo exigem envolvimento profundo de diversos setores da sociedade**. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55, grifo nosso).

A CGU tem atuado efetivamente na formulação, coordenação e fomento de programas, projetos e ações voltadas à promoção da cidadania, da ética e do acesso à informação, incentivando a cooperação com órgãos, entidades e organismos nacionais e internacionais, **para fortalecer a participação social no monitoramento das políticas públicas e no controle dos gastos públicos**. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 55, grifo nosso).

Já o Guia do Voto enfatiza a participação no pleito eleitoral, discurso também presente em documentos institucionais da Votorantim.

Participar depende do modelo de democracia que adotamos em nossa sociedade, e como aqui estamos tratando fortemente do voto, falaremos da nossa democracia representativa. (DANTAS, 2018b, p. 14).

Conhecer as atribuições de cada cargo eletivo, saber qual o papel dos partidos e acompanhar e fiscalizar a atuação dos políticos eleitos são direitos do cidadão. **Essa é a forma mais democrática de o cidadão**

influenciar a gestão pública do país (DANTAS, 2018b, p. 5, grifo nosso).

Assim, independentemente do grau de frustração que cada cidadão tenha com a política, **o voto continua sendo a forma mais eficaz de transformação da sociedade, de evolução do sistema político e de melhoria da gestão pública** (DANTAS, 2018b, p. 9, grifo nosso).

Apesar da ênfase da participação no gesto eleitoral, há ocorrências de mencionam outras formas participativas, para além do voto. Não há aprofundamento sobre formas de acompanhamento dos eleitos, mas são citadas variadas formas como orçamento participativo, acompanhamento de portais das assembleias e participação em audiências públicas, que apresentam uma visão de participação para além dos pleitos eleitorais:

Essa participação pelo voto se dá a cada dois anos; e mesmo que o cidadão se frustre com suas escolhas em determinada ocasião, sempre terá a oportunidade de **melhorar sua decisão na eleição seguinte, cobrar os eleitos sobre as promessas feitas e defender as causas que lhe são caras** (DANTAS, 2018b, p. 9, grifo nosso).

A qualidade da gestão pública depende diretamente da participação da sociedade e da forma como as pessoas acompanham e fiscalizam o uso dos recursos, os serviços prestados à população e principalmente a maneira como as próximas gerações estão sendo formadas (VOTORANTIM, 2020a).

Também devemos considerar a existência de ações atreladas ao **Orçamento Participativo**, uma ferramenta cujo principal objetivo do Poder Executivo é envolver cidadãos na elaboração da lei orçamentária que será enviada para o Legislativo (DANTAS, 2018b, p. 84, grifo nosso).

[...] Mas lembre-se: o compromisso apenas começa com o voto. Em 2022 novas eleições estaduais e federais ocorrerão, e é **essencial acompanhar o que os eleitos fazem**. (DANTAS, 2018b, p. 87, grifo nosso).

A Operação Serenata de Amor costuma vincular a ideia de participação social ao projeto, argumentando que se trata de uma iniciativa de tecnologia para o controle social. A participação estimulada é uma participação ativa, no monitoramento e fiscalização de gastos públicos, desde o valor de uma barra de chocolates, como se vê em:

Queremos fazer isso: usar tecnologia para permitir que os cidadãos monitorem os gastos públicos até em valores tão baixos como o de uma barra de chocolate (OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, 2020).

O programa Ciência de Dados para Inovação Cívica usa tecnologia a fim de colocar os dados abertos disponibilizados pelo governo a serviço da população. Como? Usando dados para produzir informação de qualidade e de fácil acesso e **fomentando uma participação mais**

articulada e ativa da sociedade no processo político. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a, grifo nosso).

Buscamos dar à tecnologia um uso que fortaleça o **controle social da sociedade civil** com enfoque em combate à corrupção e monitoramento de políticas públicas (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a, grifo nosso).

No questionário, a OKBR ressaltou o objetivo de o projeto servir como ponte para a participação social e aproximação junto ao poder público: “O papel da Open Knowledge nessa conjuntura é de **incentivar a participação social** em prol da garantia de direitos e fortalecer a relação da sociedade civil com instituições públicas” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

Outra forma de participação incentivada pela Operação Serenata de Amor, além do monitoramento a partir das descobertas de Rosie, é o envolvimento direto no projeto.

Posso usar o código da Serenata de Amor na minha cidade, no meu estado ou no meu país? Não só pode, como deve. Essa ideia é sensacional. Como somos uma iniciativa *open source*, **qualquer pessoa pode usar e adaptar o código desenvolvido em diferentes esferas.** (OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, 2020, grifo nosso).

O engajamento dos usuários como colaboradores do projeto é uma das formas de participação incentivadas pela OKBR.

7.3.1.3. *Interesse Público*

O Interesse Público nesta seção foi abordado a partir do que a instituição entende, defende e valoriza como interesse público. Em termos normativos e discursivos como se dá a promoção e valorização do interesse público nas instituições analisadas, categorizando dentro da variada matriz que se pode enquadrar o interesse público, seja como expressão ou como noção.

Tabela 13: Interesse público

Preceito	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Interesse Público - Ideia, defesa e valorização	0%	50%	50%	100%
Totais	0	1	1	2

Fonte: Elaboração própria.

Verificamos que a expressão Interesse Público não aparece nos documentos analisados. Apesar de os projetos trabalharem com temas relacionados ao interesse público, esse não é um tema abordado, muito menos defendido em relatórios de gestão, nos sites ou nas respostas aos questionários enviados.

O Guia do Voto chega a utilizar a expressão Interesses Comuns, em concepção equivalente, mas em contexto que não apresenta qual a ideia ou sua valorização. Em um caso cita a lei da Ficha Limpa e o projeto das dez medidas de combate à corrupção como exemplos de mobilização da sociedade para assinaturas em torno de causas de Interesse Comum e como as fizeram tramitar.

No site da Open Knowledge Brasil, na página do programa de Inovação Cívica, temos a noção de interesse público associada à participação: “O desenvolvimento de tecnologias cívicas tem como base **fomentar o engajamento da sociedade em temas que envolvem seus interesses**, direta ou indiretamente” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a).

A ausência de referências ao interesse público nas experiências analisadas pode ter diferentes razões. Pode dever-se à própria polissemia do termo que, por isso, tenha sido evitado; o interesse público pode não ter sido mencionado pois se considera algo já dado, seguindo o entendimento de que o acesso à informação, o processo eleitoral e o controle social de gastos públicos sejam assuntos de interesse público; ou, ainda, à inobservância do interesse público no aspecto discursivo.

Neste Eixo, verificamos que a Cidadania, no que tange à centralidade do cidadão é principalmente ressaltada pelo Fala.BR/CGU, que faz variadas referências a necessária ocupação de papel central do cidadão nos processos da instituição. Guia do Voto/Votorantim e Serenata de Amor/OKBR dão menor ênfase a esse aspecto.

Identificamos ainda que o principal preceito da Comunicação Pública trabalhado no Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor é a Participação. O estímulo à participação social é bastante presente nos três projetos, incluindo diferentes formas, ainda que não de maneira aprofundada. A CGU valoriza a participação social como objetivo estratégico, o Guia do Voto enfatiza o processo eleitoral, mas menciona diferentes formas participativas, e a OKBR além de estimular a participação e controle social, incentiva o engajamento no projeto Serenata de Amor.

O Interesse Público é ainda alvo de pouca atenção, quase com ausência total de referências, se não fosse uma alusão feita pela OKBR e outra pela Votorantim. Verificamos que a ausência da expressão e mesmo da ideia de interesse público, com

Das categorias, a que obteve mais ocorrências foi a de Ações institucionais integradas, com 51 citações de projetos relacionados, ou ações endógenas, internas ao Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor. A continuidade e programas institucionais a que as experiências estão vinculadas aparecem com menor quantidade, pois referem-se a informações bastante específicas. Já a explicitação do compromisso com a democracia foi registrada em quantidade mediana, com alta diferença de ocorrências entre os promotores, como vemos a seguir.

7.3.2.1. *Compromisso institucional com a Democracia*

Nesta categoria verificamos como se dá o compromisso institucional com a democracia, assim como a defesa expressa, sua valorização e importância para sociedade. A análise temática foi realizada após leitura de todos os documentos e foi validada com buscas por termos: democracia, democrática, demo.

Houve sentenças que citaram o termo democracia ou semelhantes e que não foram categorizadas devido ao contexto não se enquadrar com os objetivos. Um exemplo são citações históricas, como “a ARENA (governista) e o MDB (oposicionista) – que davam semblante de uma falsa democracia ao país” (DANTAS, 2018b, p. 13), ou menções que não correspondem ao núcleo de sentido buscado na categoria. Dentro dos critérios, 16 citações compuseram a análise:

Tabela 14: Compromisso institucional com a democracia

Diretriz Institucional	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Compromisso institucional com a democracia	0%	28,5%	71,5%	100%
Totais	0	4	10	16

Fonte: Elaboração própria.

Na análise, verificamos que o projeto/organização que mais enfatiza o compromisso com a democracia foi o Guia do Voto/Votorantim. Serenata de Amor realiza quatro menções diretas e o Fala.BR não faz referência a esse compromisso.

Supreendentemente, o Fala.BR não faz menção à importância e valorização da democracia, nem explicita compromisso institucional com o regime democrático. Nos

documentos analisados, que contemplam o relatório anual da CGU referente ao ano de 2019, os termos democracia e democráticos aparecem apenas em contextos genéricos, e foram observados em apenas três ocasiões, que não correspondem ao contexto aqui investigado e, portanto, não foram categorizadas.

A primeira foi em referência à Política de Dados Abertos, que permite, entre outros, o controle democrático; a segunda ocorrência, também não classificada, é uma menção ao programa Um por Todos e Todos por Um!, que promove a disseminação de valores, entre eles os relacionados à democracia; e a terceira faz referência à participação da CGU em duas reuniões da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), sobre práticas de privatização de empresas estatais, citando que a organização congrega países que “aceitam os princípios da democracia representativa e da economia de mercado” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 116). Não há nada na direção de valorização, defesa ou compromisso expresso com a democracia por parte da instituição ou no projeto Fala.BR.

O Guia do Voto faz uma série de citações diretas sobre a importância da democracia, a necessidade do envolvimento empresarial e assume a democracia representativa como referência, mantendo a ênfase no voto, mas isso ocorre principalmente no documento guia do voto. O Relatório institucional não faz qualquer menção e no site do projeto há apenas uma referência direta:

Uma empresa pode e deve se posicionar diante de temas relevantes para a sociedade. Valorizar o exercício do voto é uma **prova de confiança na democracia** e na perseverança do brasileiro, na sua capacidade de se superar (MIRANDA, 2018, p. 4, grifo nosso).

Democracia é a participação da sociedade na política, e o voto é a ferramenta mais eficaz que o cidadão tem para influenciar os rumos da política e a gestão de sua cidade, de seu Estado e do país (DANTAS, 2018b, p. 9, grifo nosso).

Participar depende do modelo de democracia que adotamos em nossa sociedade, e como aqui estamos tratando fortemente do voto, falaremos da nossa democracia representativa (DANTAS, 2018b, p. 14, grifo nosso).

E aqui está o problema: nos falta, formalmente, uma educação política necessária à compreensão da democracia. É isso **o que estamos buscando fazer aqui, contribuindo para a construção de um pilar fundamental de nossa Democracia** (DANTAS, 2018b, p. 14, grifo nosso).

Existem várias características que definem uma democracia. O norte-americano Robert Dahl, importante pensador político do século XX,

falecido em 2014 com quase cem anos, **indicava que uma das características das democracias representativas estava associada à existência de uma data pré-definida para a realização das eleições** (DANTAS, 2018b, p. 18, grifo nosso).

Você sabe mesmo o que significa “democracia” e a importância dela nas nossas vidas? Clique para assistir ao vídeo do cientista político Humberto Dantas (VOTORANTIM, 2018, grifo nosso).

A OKBR destaca o papel da sociedade civil para o fortalecimento da democracia e inclui no relatório institucional a participação da organização no Pacto pela Democracia, em que enfatiza ações práticas pela defesa da democracia.

[...] um dos pilares de uma democracia é ter uma sociedade civil organizada que consiga fiscalizar a utilização do recurso público. Manter a Operação é um dever da comunidade. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

O papel das instituições de sociedade civil é primordial para algumas garantias democráticas, principalmente no que se refere a fomento ao controle social. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Pacto pela Democracia: iniciativa voltada **a defender a preservação e revigoramento da nossa vida política e democrática**. Como membros do Pacto, participamos de reuniões abertas e **nos mobilizamos em eventos de defesa dos valores democráticos**, com especial atenção à agenda de reforma política, de eleições limpas e inclusivas e repúdio à discriminação e violência na ação pública. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, grifo nosso).

Como discutimos em diversos momentos nesta tese até aqui, a Comunicação Pública tal qual a concebemos, é indissociável da democracia e uma manifestação explícita de valorização e de compromisso com a democracia se faz fundamental por parte das instituições, especialmente em tempos em que governos, membros da sociedade e instituições flertam com autoritarismos, enaltecem torturadores e relativizam práticas ditatoriais em tentativas de revisionismo histórico.

Projetos que se pretendem favorecedores da cidadania e da participação social não podem prescindir de uma comunicação clara e direta em relação aos princípios democráticos, sua importância e necessária defesa, apresentando manifestação explícita do posicionamento institucional acerca da democracia. Tal posicionamento apenas foi visto pela Votorantim e pela Open Knowledge Brasil. À Controladoria-Geral da União faltou se colocar diante do tema de maneira clara e enfática.

7.3.2.2. Programas Institucionais

Nessa categoria, investigamos se as iniciativas analisadas integram um programa institucional estabelecido ou eixos de atuação de modo a demonstrar pertencimento a algo maior que a iniciativa por si só. O objetivo é verificar se a experiência está inserida em um todo ou se se trata de uma ação isolada.

A categoria teve uma configuração de código binário de Presença X Ausência. Na análise, observamos situações distintas, que resultaram na classificação apresentada na Tabela a seguir:

Tabela 15: Programa institucional relacionado

Diretriz institucional	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Programa institucional relacionado	50%	50%	0%	100%
Totais	1	1	0	2

Fonte: Elaboração própria.

O pertencimento do projeto a um programa institucional estabelecido e referenciado nos documentos analisados foi encontrado no Fala.BR/CGU e Operação Serenata de Amor/OKBR. No Guia do Voto não há referência a algum programa específico, embora em 2019 haja menção a um programa de Cidadania, como veremos.

No caso do Fala.BR, há um eixo de atuação bem definido em que o projeto faz parte: o de Defesa dos direitos dos usuários de serviços públicos. Relacionado ao objetivo estratégico de “ampliar a participação social no controle das políticas públicas”, o eixo da defesa dos direitos dos usuários não é detalhado, mas menciona as práticas vinculadas, entre elas, o Fala.BR:

DEFESA DOS DIREITOS DOS USUÁRIOS DE SERVIÇOS PÚBLICOS: a) Sistema e-Ouv e Plataforma Fala.BR; [...] b) Rede Nacional de Ouvidorias e Programa de Fortalecimento das Ouvidorias (Profort); [...] c) Programa de Formação Continuada em Ouvidorias (PROFOCO). (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 62).

Esse é o caso da Operação Serenata de Amor que compõe o Programa de Ciência de Dados para Inovação Cívica, ou simplesmente Inovação Cívica, da Open Knowledge

Brasil: “Atualmente a Operação Serenata de Amor é **um projeto dentro do Programa de Inovação Cívica** da Open Knowledge Brasil” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Segundo a organização, o programa usa tecnologia a fim de colocar os dados abertos disponibilizados pelo governo a serviço da população. As informações sobre o programa de Inovação Cívica constam no site oficial, no relatório anual e foram informadas no questionário.

Já em relação ao Guia do Voto, não é possível afirmar a vinculação do projeto a um programa institucional da Votorantim, pois o relatório de 2018 não faz qualquer referência, nem o guia do voto ou o site institucional.

Até 2018 há uma série de menções a outros programas do Grupo, como o programa ReDes, voltado a promoção de localidade; o programa de Apoio à Gestão Pública (AGP), oferecido a prefeituras de pequenos municípios com assessoramento para elaboração de projetos voltados à melhoria da gestão e ao desenvolvimento urbano; e a Parceria Votorantim pela Educação (PVE), que desenvolveu ferramentas de gestão e indicadores para análise, diagnóstico e plano de ações para escolas públicas em relação às competências educacionais.

Sobre 2019, identificamos a divulgação do Programa Cidadania Votorantim no site e no relatório anual. O programa não consta no documento anterior e não relaciona entre suas práticas o Guia do Voto e, por isso, não foi enquadrado nesta análise.

Apesar de não classificarmos o Guia do Voto como inserido a um programa, porque não pudemos fazer essa afirmação ante os dados obtidos, é possível identificar uma inserção prática a um conjunto de ações institucionais voltadas à cidadania. A divulgação do Programa Cidadania no relatório mais recente pode representar uma compreensão por parte da instituição da necessidade da formulação de um programa específico, ou de sua divulgação.

7.3.2.3. Ações Institucionais Integradas

Nesta categoria verificamos a integração do Fala.BR, Guia da Voto e Operação Serenata de Amor a outras ações realizadas pela instituição promotora. Nortearam a classificação o envolvimento de diferentes áreas, a realização de projetos com focos semelhantes ou alinhados e a mobilização de equipes em torno do tema levantado. O

objetivo foi averiguar se os projetos integram um rol de ações acerca do tema ou se são casos isolados.

Ações isoladas estão relacionadas quase sempre a políticas informais, que se concretizam nas instituições sem definição clara de parâmetros e diretrizes que respaldem as tomadas de decisão – o que pode desconfigurar o papel da Comunicação Pública. Segundo Duarte (2007, 2011), as políticas informais induzem ao improviso e à visão comprometida com os interesses do momento, o que recai também sobre as ações realizadas, e resvala em resultados imediatistas e muitas vezes improficuos a longo prazo.

Não foi a realidade encontrada. Nossa análise identificou variadas práticas empreendidas pelos três promotores das experiências investigadas, compondo um leque de trabalhos que vai além dos projetos e constituem um corpo de atuação, mais ou menos robusto, como mostra a Tabela a seguir:

Tabela 16: Ações institucionais integradas

Diretriz Institucional	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Ações institucionais integradas	52%	30%	18%	100%
Totais	26	15	9	50

Fonte: Elaboração própria.

Ao todo, foram catalogadas 50 práticas como ações integradas. Classificamos em ações endógenas – relativas à integração interna na experiência, ou exógenas, produzidas no exterior, por práticas relacionadas, que apresentaram algum nível de aderência direta ou indireta com a iniciativa analisada. Dessas, 26 corresponderam à CGU, 15 à Operação Serenata de Amor e 9 ao Guia do Voto.

Foram excluídas ações executadas pelas organizações com objetos e campos de atuação distintos da experiência analisada ou com baixa relação. São exemplos: consultoria para redações e os programas Cerveja com Dados, da OKBR; participação em operações especiais ou fiscalização de entes federativos, da CGU; reservas ambientais e projeto de doação de imposto de renda da Votorantim.

No Fala.BR classificamos 26 ações integradas promovidas pela CGU. Dessas, 5 correspondem a práticas endógenas e 21 referem-se a projetos ou programas que mantêm relação com o Fala.BR pelo seu escopo de atuação ou objetivos.

Entre as práticas endógenas, identificamos: 1. A integração dos sistemas e-SIC e e-OUV que formaram o Fala.BR; 2. *Chatbot* do Facebook; 3. *Chatbot* do Telegram; 4. Possibilidade de encaminhamento de manifestações entre ouvidorias que utilizem o sistema; 5. Ambiente de Treinamento que foi criado para que as ouvidorias e usuários possam conhecer e testar as funcionalidades do sistema antes de ingressarem no ambiente de Produção.

As ações demonstram uma integração entre diferentes sistemas, plataformas, órgãos externos à CGU e ambientes digitais. Um rol de atuação que supera o Fala.BR em si e mostra uma materialização em torno das políticas de ouvidoria e acesso à informação da instituição. Isso fica ainda mais evidente quando compilamos as ações exógenas, como mostra o Quadro a seguir:

Quadro 5: Ações integradas – CGU

Ação integrada - exógena	Descrição da iniciativa	Link de Acesso
Desenvolve Brasil	Aplicativo do Ministério da Economia, voltado a aprimorar e monitorar empreendimentos de infraestrutura no Brasil. É possível verificar informações como situação, localização e investimentos previstos e há previsão para envio de manifestações.	https://www.gov.br/pt-br/apps/desenvolve-brasil
Programa Avançar;	Aplicativo do programa Avançar, do governo federal, para acompanhar obras. Permite ao usuário fazer manifestações, integradas ao Fala.BR.	https://avancar.gov.br/avancar-web/sobre
ParticipACT;	Projeto de pesquisa desenvolvido pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) voltada a estruturar bancos de dados (big data) para melhorar a gestão de cidades inteligentes. É integrado ao Fala.BR para recebimento e tratamento de manifestações e avaliações dos usuários de serviços públicos.	http://participact.tecnologia.ws/home/sobre/ https://repositorio.cgu.gov.br/handle/1/43363
Portal de Dados Abertos;	Ferramenta disponibilizada pelo governo para disponibilizar dados e informações públicas. Integra a política de dados abertos, que tem relação direta com a LAI.	http://dados.gov.br/pagina/sobre
Painel Dados Abertos	Página mantida pela CGU que mostra o panorama sobre a abertura de dados do Poder Executivo Federal.	http://paineis.cgu.gov.br/dadosabertos/index.htm
Portal de Serviços	Portal do governo federal que reúne serviços ao cidadão, entre eles, o Fala.BR.	
Reclame Aqui	Site que permite pesquisar reputações de marcas ou fazer reclamações, inclusive de serviços públicos. É integrado ao Fala.BR, o que permite o tratamento das manifestações recebidas pelo canal Reclame Aqui relacionadas a serviços públicos federais.	https://repositorio.cgu.gov.br/bitstream/1/46258/1/Acordo_65_Extraeto_2016_ReclameAqui.pdf
SINESP Cidadão	Aplicativo do Sistema Nacional de Informações de Segurança Pública que permite ao cidadão consultas sobre veículos, mandados de prisão e desaparecidos. Permite a usuários de cinco cidades realizar manifestações integradas ao Fala.BR. Há perspectiva de expansão.	https://www.gov.br/pt-br/apps/sinesp-cidadao
TádePé?	Aplicativo ligado à ONG Transparência Brasil para fiscalizar obras de escolas e creches públicas. As manifestações dos usuários são integradas ao Fala.BR.	https://www.transparencia.org.br/projetos/tadepe

Todxs	Aplicativo voltado ao empoderamento da comunidade LGBTQI+ e o combate à discriminação. Permite, entre outras funcionalidades, denúncias de casos de discriminação à população LGBTQI+, de forma integrada ao Fala.BR.	https://www.todxs.org/
Rede Nacional de Ouvidorias	Rede Nacional de Ouvidorias é um fórum de integração das unidades de ouvidoria, em busca da consolidação de uma agenda nacional de ouvidoria pública e participação social, e para a garantia dos direitos dos usuários de serviços públicos.	https://www.gov.br/ouvidorias/pt-br/ouvidorias/rede-de-ouvidorias
Parceria Open Government Partnership	O propósito da OGP é difundir e incentivar globalmente práticas governamentais relacionadas à transparência, ao acesso a informações públicas, à participação social, à prestação de contas e à inovação e tecnologia. A CGU faz o monitoramento do andamento de cada compromisso e é responsável pela manutenção do Portal de Governo Aberto, que apresenta notícias, informações sobre a execução dos Planos de Ação, relatórios de monitoramento e outros dados.	http://governo-aberto.cgu.gov.br/
Portal de Acesso à Informação	Portal geral relacionado à LAI, contendo link para o e-SIC, para os pedidos e respostas, notícias, informações sobre a LAI, sobre recursos, guias e manuais, entre outros	https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br
Painel LAI	Plataforma que apresenta panorama da implementação da Lei de Acesso à Informação no Poder Executivo Federal. No painel é possível consultar informações sobre número de pedidos e recursos, cumprimento de prazos, perfil dos solicitantes, omissões, entre outras. Considerado o tempo de criação da ferramenta, foi o painel da CGU mais acessado no ano de 2019. Os dados são extraídos do e-SIC e a prática está relacionada as políticas de acesso à informação.	
Busca de Pedidos e Respostas da LAI	Sistema de busca de pedidos e respostas feitos a órgãos e entidades do Poder Executivo Federal pela Lei de Acesso à Informação.	http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/SitePages/principal.aspx
Painel Resolveu	Página que reúne informações sobre manifestações de ouvidoria (denúncias, sugestões, solicitações, reclamações, elogios e pedidos de simplificação) que a Administração Pública recebe diariamente pelo Fala.BR relacionadas ao e-OUV. A aplicação permite pesquisar examinar e comparar indicadores de forma rápida, dinâmica e interativa.	http://paineis.cgu.gov.br/resolveu/index.htm
Programa Brasil Transparente	Avaliações de transparência. Em 2019, com o objetivo de aprofundar o monitoramento da transparência pública e possibilitar o acompanhamento das ações implementadas por estados e municípios na promoção do acesso à informação, a CGU passou a realizar testes com o Mapa Brasil Transparente./Ampliação da Escala Brasil Transparente, ferramenta que permite se avaliar	

	o grau de transparência das gestões de estados e municípios a partir do acesso à informação pelos cidadãos locais.	
e-SIC	Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (e-SIC) permite que qualquer pessoa, física ou jurídica, encaminhe pedidos de acesso à informação, acompanhe o prazo e receba a resposta da solicitação realizada para órgãos e entidades do Executivo Federal. Foi integrado ao e-OUV, formando o Fala.BR, mas ainda é disponibilizado de maneira autônoma.	https://esic.cgu.gov.br/sistema/site/index.aspx
Portal da Transparência	O Portal da Transparência do Governo Federal é uma iniciativa da CGU no qual o cidadão pode encontrar informações sobre como o dinheiro público é utilizado, além de se informar sobre assuntos relacionados à gestão pública do Brasil. Mantém relação com o Fala.BR como plataforma para controle social.	http://transparencia.gov.br/
Painel Dados Abertos	Página mantida pela CGU que mostra o panorama sobre a abertura de dados do Poder Executivo Federal.	http://paineis.cgu.gov.br/dadosabertos/index.htm
Plataforma de Conselho de Usuários	O Conselho de Usuários de um Serviço Público é o conjunto de voluntários que se inscreveram na Plataforma virtual do Conselho de Usuários de Serviços Públicos. Qualquer cidadão interessado pode se inscrever para participar na avaliação de serviços públicos. A plataforma de conselhos, gerida pela CGU, permite aos cidadãos se voluntariarem como Conselheiro de Serviços Públicos do Governo Federal, recebam pesquisas de avaliação de serviços e proponham soluções para o melhor atendimento às necessidades da população.	https://www.gov.br/ouvidorias/pt-br/ouvidorias/conselhos-de-usuarios

Fonte: Elaboração própria.

Verificamos uma ampla atuação da Controladoria-Geral da União em ações integradas no âmbito do Fala.BR, mesmo porque o acesso a informações públicas e as ações de ouvidoria estão entre as funções finalísticas da instituição, diretamente ligadas à Ouvidoria-Geral da União, que integra a CGU.

Há um trabalho desenvolvido junto a entes não só públicos, mas com ONGs e empresas privadas integrando sistemas e pautas, o que favorece a comunicação, que aproxima cidadãos das respostas que ele busca e abre canais para manifestações junto a órgãos do governo federal, além de integrar ouvidorias de instâncias estaduais e municipais.

Da Votorantim, identificamos 8 ações integradas ao Guia do Voto, sendo duas delas ações endógenas, e outras 6 exógenas, com projetos que comungam relação temática. As ações internas referem-se ao envolvimento de diferentes partes interessadas da organização, o que pode ser visto desde a criação do projeto, que teve início em âmbito interno e posteriormente foi expandido. Essa confluência entre públicos interno e externo é cada vez maior devido a fluidez dos limites de onde começa e onde termina cada público.

Também relacionamos a integração direta entre projetos, como se viu no Desafio Voluntário promovido pela companhia em 2018. Nos dois casos, vemos ações de integração relacionadas ao Guia do Voto que contribuem para o fortalecimento da iniciativa.

Quando a ideia surgiu, no início de 2018, o público-alvo eram os quase 40 mil empregados, mas, quando iniciamos o projeto, percebemos que a publicação poderia despertar o interesse e ser útil para um público muito maior (LEITE, 2019, p. 28).

Embalado pela temática da comemoração do 100º aniversário da Votorantim, “Educação e Cidadania”, o Desafio Voluntário 2018 contou com a participação de 5.263 pessoas. [...] Como novidade, foi realizada uma ação relâmpago voltada ao tema “cidadania”. Os empregados de todas as unidades foram incentivados a divulgar o Guia do Voto (VOTORANTIM, 2019, p. 28).

Somadas a essas ações, a Votorantim desenvolve uma série de outras ações integradas ao Guia do Voto no que respeita a correlação temática, como mostra o Quadro a seguir:

Quadro 6: Ações integradas – Votorantim

Projeto	Descrição da iniciativa	Link de Acesso
Apoio à Gestão Pública	O programa de Apoio à Gestão Pública é realizado pelo Instituto Votorantim em municípios de pequeno porte (preferencialmente com população inferior a 50 mil pessoas), que têm baixo índice de desenvolvimento humano (IDH) e estão localizados na área de influência dos empreendimentos da Votorantim. O programa presta assessoramento a prefeituras para elaboração de projetos que contribuam para a melhoria da gestão e para o desenvolvimento urbano. São exemplos da atuação do programa aprovação de Planos Plurianuais (PPAs), planos de habitação, mobilidade urbana e saneamento básico	http://www.institutovotorantim.org.br/solucoes-sociais/programas-e-projetos/apoio-a-gestao-publica-agp/
Programa Parceria pela Valorização da Educação	Programa considerado pelo Instituto Votorantim como uma tecnologia social para contribuir com a melhoria da educação pública, por meio da mobilização social e do fortalecimento da gestão pública e escolar. Anualmente, o programa avalia a educação dos municípios envolvidos a partir de uma matriz de competências, baseada em habilidades consideradas essenciais nas áreas de gestão e mobilização. O objetivo é consolidar o processo de melhoria contínua, visando a impactos de longo prazo.	https://pve.institutovotorantim.org.br/
Índice de Democracia Local	Metodologia desenvolvida pelo Instituto Sivis em parceria com instituições internacionais, o Índice de Democracia Local objetiva medir a qualidade da democracia em municípios. A Votorantim patrocinou a aplicação do IDL na cidade de São Paulo, em 2019. O índice permitirá um diagnóstico sobre a cultura democrática local e um ponto de partida para o desenvolvimento de políticas públicas, iniciativas de educação política e fortalecimento da cidadania.	http://sivis.org.br/idlsp/
Lab Cidadania	Iniciativa da Votorantim que busca soluções inovadoras para a promoção da cultura democrática no nível municipal. O objetivo é gerar impacto estrutural, melhorar indicadores municipais de cultura democrática e promover a qualificação e o fortalecimento da participação cidadã. Em 2019 cinco cidades brasileiras participaram do projeto, por meio de parcerias com organizações escolhidas em um processo seletivo: Politiquê, em Ararapina, Pernambuco (Votorantim Energia); Politize, em Três Marias, Minas Gerais (Nexa Resources); Associação Instituto Terroá, em Matão, São Paulo (Citrosuco); Colab, em Mirai, Minas Gerais (CBA); e Instituto Cidade Democrática e Instituto Governo Aberto, em Votorantim, São Paulo (Votorantim Cimentos).	http://institutovotorantim.org.br/labcidadania/

Vamos falar de Ética	A ação de voluntariado promove um bate-papo entre profissionais e jovens do ensino médio sobre conduta ética, como um incentivo à cidadania. Em 2019, foram realizadas duas edições.	
Programa ReDes	O ReDes é um programa da Votorantim, em parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, desenvolvido em municípios de atuação das empresas investidas da Votorantim. O objetivo é estimular a criação de negócios inclusivos para a geração de renda, moldados de acordo com a vocação e o potencial do local, buscando o desenvolvimento de diferentes localidades.	
Vototalks	Espaço de debates que surgiu por iniciativa dos empregados e funciona como uma plataforma de diálogos entre pessoas que são referências em temas transversais que influenciam o ambiente de negócios. Um dos temas é Cidadania. As linhas de atuação são: Promoção de conhecimento sobre temas relacionados à cidadania, democracia e política; Parcerias com instituições que atuam em defesa da cidadania e da democracia.	https://www.votorantim.com.br/academia/vototalks

Fonte: Elaboração própria

Como vimos, para além do Guia do Voto, a Votorantim desenvolve um conjunto de práticas relacionadas à cidadania e à democracia, no que se refere ao debate, formação e ações diretas junto a comunidades. Em diferentes graus, a construção da cidadania perpassa tais projetos, demonstrando um alinhamento institucional em torno do tema.

Esse arcabouço favorece a solidez e a continuidade do trabalho em torno da temática da cidadania e da democracia promovido pelo grupo Votorantim e, com isso, fortalece também os consequentes impactos que possam advir dessas intervenções.

Já a Open Knowledge Brasil trabalha com foco nos Dados Abertos. O exercício da cidadania e o fortalecimento de uma democracia sólida estão relacionados à atividade finalística da organização. Dessa forma, há uma série de iniciativas relacionadas aos temas, empreendidas pela Open Knowledge Brasil. Relacionamos 16, a partir dos documentos que compuseram a análise de conteúdo, como mostra o Quadro a seguir:

Quadro 7: Ações integradas – Open Knowledge Brasil

Projeto	Descrição da iniciativa	Link de Acesso
Embaixadoras	Rede criada pela OKBR constituída por cidadã(o)s que desejem contribuir com a comunidade de tecnologias abertas e engajar outras pessoas. Os integrantes são chamados embaixadores de inovação cívica e atuam na organização de eventos locais, documentação de processos e colaboram em projetos como Operação Serenata de Amor e Querido Diário.	https://embaixadoras.ok.org.br/
Justa	Projeto de pesquisa cuja tecnologia foi desenvolvida pela OKBR e que se propõe a facilitar o entendimento e a visualização de dados do financiamento e da gestão do Sistema de Justiça. Tem como foco quatro eixos do sistema judiciário brasileiro: Orçamentário, Legislativo, Suspensão de Segurança e Raça e gênero.	http://justa.org.br/
Parlametria	Parceria da Open Knowledge Brasil com Dado Capital e Laboratório Analytics, da Universidade Federal de Campina Grande, com o objetivo de democratizar o acesso às tecnologias e o poder da inteligência de dados para a ação cidadã. O projeto atua em traduzir e dar sentido à massa de dados disponibilizada pelo Congresso Nacional, que são informações publicadas, mas pouco acessíveis devido aos formatos.	https://parlametria.org/
Perfil político	Lançado em setembro de 2018, a iniciativa foi desenvolvida em parceria com a ONG Brasil.io e com o The Intercept Brasil. Na plataforma, informações de diversos bancos de dados foram reunidas e disponibilizadas de forma que os eleitores pudessem conferir os candidatos das eleições 2018. Filtros específicos foram disponibilizados com perguntas pré-definidas.	https://perfilpolitico.serenata.ai/
Queremos Saber	Plataforma lançada em outubro de 2018 para auxiliar as pessoas a fazerem pedidos pela Lei de Acesso à Informação de forma anônima, sem a necessidade de nenhum tipo de identificação. Os pedidos registrados na plataforma sem identificação são direcionados ao Fala.BR, garantindo a privacidade dos usuários.	https://queremossaber.org.br/
Querido Diário	A iniciativa em desenvolvimento objetiva disponibilizar informações dos diários oficiais de municípios brasileiros em formato aberto para a livre consulta da sociedade civil. A ideia é atender pelo menos os 100 municípios mais populosos, impactando 40% da população brasileira. Serão extraídas informações a partir da Ciência de Dados após a conversão dos documentos PDF dos Diários Oficiais em texto, disponibilizando informações úteis e significativas ao cidadão.	https://www.ok.org.br/projetos/querido-diario/

Pacto pela Democracia	Iniciativa voltada a defender a preservação e revigoramento da vida política e democrática no país. A OKBR é um dos membros do Pacto, com participação em reuniões e eventos de defesa dos valores democráticos, com especial atenção à agenda de reforma política, de eleições limpas e inclusivas e repúdio à discriminação e violência na ação pública.	https://www.pactopelademocracia.org.br/
Banco de Pesquisa Sobre Transparência e Inovação Cívica	Levantamento colaborativo feito pela OKBR sobre trabalhos acadêmicos brasileiros focados em transparência, governo aberto e/ou inovação cívica. Foram relacionados cerca de 120 estudos. O objetivo é contar com a ajuda de uma comunidade interessada para reunir estudos e referências, ampliando o acesso ao conhecimento produzido sobre as pautas estruturantes da OKBR.	https://www.ok.org.br/noticia/contribua-com-our-banco-de-pesquisas-sobre-transparencia-e-inovacao-civica/ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YzP3sflN_bJ2nSSHw91GntAi-q_hp6dY5SARygXCZvk/edit#gid=493692259
Difusão de materiais educativos CGU	Compromisso de colaboração entre PKBR e CGU para difundir os materiais educativos e de orientação disponibilizados pela CGU e aprimorar a capacitação de lideranças locais no projeto Gastos Abertos. As instituições assinaram uma carta de intenções em que a OKBR garante a disponibilização dos aprendizados com a metodologia do projeto Gastos Abertos para a CGU e, esta, por sua vez, tem o compromisso de disponibilizar para o projeto o canal que mantém para esclarecimento de dúvidas quanto às plataformas tecnológicas, além dos materiais didáticos produzidos pela CGU.	https://www.ok.org.br/noticia/a-okbr-e-cgu-assinam-carta-de-intencoes-relativa-ao-projeto-gastos-abertos/
Gastos Abertos	Integrando o Programa Ciência de Dados para Inovação Cívica da OKBR, o projeto tem o objetivo de conectar o cidadão com o dinheiro e o orçamento públicos por meio de participação, acompanhamento e transparência da execução orçamentária, gestão contratual e processos licitatórios. Em parceria com o App Cívico, o projeto ajudou mais de 400 cidadãos a entenderem e fiscalizarem o uso de dinheiro público em seus municípios.	https://www.ok.org.br/projetos/gastos-abertos/
OGP	A OKBR integrou o primeiro grupo de trabalho da sociedade civil para Assessoramento em Governo Aberto, criado pela CGU. A finalidade é assessorar o Governo na formulação de instrumentos, políticas e diretrizes relacionados com a atuação governamental na Parceria para Governo Aberto -	https://www.opengovpartnership.org/

	OGP e acompanhar a execução das ações e medidas incorporadas aos planos de ação nacionais. A OKBR ajudou a estabelecer compromissos e traçar estratégias no 4º Plano de Ação brasileiro da parceria para Governo Aberto.	https://www.gov.br/cgu/pt-br/governo-aberto/a-ogp/o-que-e-a-iniciativa
Open Data Day	Trata-se de um dia para celebrar os dados abertos ao redor do mundo. A iniciativa é apoiada pela Open Knowledge Internacional, e grupos de diversos países realizam eventos para mostrar os benefícios de dados abertos e incentivar a adoção de políticas de dados abertos no governo em empresas e na sociedade civil.	https://opendataday.org/pt_br/
Eventos	A OKBR participou de mais de 20 eventos pelo Brasil, realizados por parceiros da academia, da sociedade civil e de governos. A participação permitiu ampliar o alcance dos projetos e traçar novas frentes de trabalho entre entidades públicas e privadas.	
Parceria para Transparência na Receita Federal	Parceria com o Brasil.io para melhorar a transparência ativa da Receita Federal. Foram realizadas reuniões com servidores e protocolados pedidos de acesso à informação e recursos junto à Receita e à CGU. Como resultado, cerca de 90Gb de dados das empresas brasileiras foram disponibilizados.	
Rede pela Transparência e pela Participação	A RETPS é constituída por organizações da sociedade civil e cidadãos que atuam para ampliar a transparência do poder público, bem como para estimular a sociedade a participar e a exercer o controle social dos recursos e das políticas públicas. Por meio da Rede, a OKBR participou ativamente de fóruns relacionados à agenda temática da organização.	https://www.Facebook.com/retps.org.br
Termo de cooperação técnica com o Tribunal de Contas da União	As instituições se comprometem a desenvolver um plano de trabalho para fortalecer o controle social da gestão pública. A proposta envolve atividades como elaboração de projetos direcionados ao diagnóstico e combate à corrupção, intercâmbio de experiências, promoção de eventos sobre dados abertos e capacitações para a realização de análises de dados com uso de inteligência artificial. O acordo tem duração de 5 anos.	https://www.ok.org.br/noticia/open-knowledge-e-tcu-celebram-acordo-de-cooperacao-para-ampliar-controle-social/

Fonte: Elaboração própria.

Como vemos, a Open Knowledge Brasil promove um conjunto de ações integradas ao objeto e campo de atuação da Operação Serenata de Amor, muitas delas compondo o Eixo de Inovação Cívica que a organização possui e onde está inserida a Serenata.

O cenário de ações integradas visto na OKBR demonstra uma ampla e diversificada atuação pró-cidadania e pró-democracia, tanto no que respeita a formulação de documentos de parcerias com órgãos públicos, privados e da sociedade civil, quanto e, sobretudo, no desenvolvimento de projetos de tecnologia cívica, que atendem diretamente os cidadãos.

7.3.2.4. *Política de Continuidade*

Nesta categoria analisamos qual a política de continuidade das experiências Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor. Um planejamento acerca da continuidade de um projeto é uma questão central para o êxito da iniciativa, já que o Tempo representa uma variável que incide diretamente no cronograma, nas estratégias de implementação, além de permitir o processo de avaliação, feedbacks e futuros desenvolvimentos e aperfeiçoamentos.

O questionamento acerca do caráter permanente ou temporário foi realizado no questionário enviado às instituições promotoras, porém, como dissemos, a Votorantim não retornou com as respostas, o que, diante da falta de informação nesse sentido nos demais documentos analisados permitiu apenas um entendimento no campo do indicativo. A Tabela a seguir apresenta as citações acerca da continuidade das iniciativas:

Tabela 17: Política de continuidade

Diretriz Institucional	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Política de continuidade	40%	40%	20%	100%
Totais	2	2	1	5

Fonte: Elaboração própria.

A CGU e a OKBR deixam claro que as duas iniciativas por elas desenvolvidas possuem caráter permanente, aliando esse aspecto à democracia. Ante a pergunta A

plataforma (nome da plataforma) tem aspecto temporário ou permanente? Por quê?, obtivemos as seguintes respostas:

A plataforma Fala.BR tem aspecto permanente (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA)

Permanente, pois um dos pilares de uma democracia é ter uma sociedade civil organizada que consiga fiscalizar a utilização do recurso público. Manter a Operação é um dever da comunidade (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA)

Diante da pergunta Qual a política ou perspectiva de continuidade da iniciativa?, as instituições responderam:

A continuidade da iniciativa pode ser observada no Decreto nº 9.492, de 5 de setembro de 2018, que institui o Sistema de Ouvidoria do Poder executivo Federal, e na instrução normativa n.º 7/2019 que dispõe sobre o Sistema Nacional Informatizado de Ouvidorias - e-Ouv e o painel "resolveu?", e estabelece adoção do Sistema Nacional Informatizado de Ouvidorias - e-Ouv, como plataforma única de registro de manifestações de ouvidoria pelas unidades de ouvidoria do SISOUV. Além disso, os órgãos e as entidades dos Estados, Municípios, do Distrito Federal e dos demais Poderes poderão utilizar o Fala.BR mediante adesão à Rede Nacional de Ouvidorias de que trata a Instrução Normativa CGU nº 3, de 2019 (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

Fomento à comunidade, para que assim novas ideias sejam implementadas e elaboradas abertamente com pessoas externas à organização. Além disso é importante a busca por apoio financeiro de entidades que reconheçam a importância do projeto (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA).

Já a Votorantim, não tendo respondido o questionário, não informou diretamente a política de continuidade do Guia do Voto. Na análise de conteúdo, a informação foi encontrada de forma bastante sutil, no espaço Perguntas frequentes, no trecho:

O GUIA DO VOTO é um aplicativo oferecido pela Votorantim, que tem como objetivo estimular o exercício da cidadania e o voto consciente, por meio da divulgação de conteúdo informativo **sobre o processo eleitoral vigente** (VOTORANTIM, 2018).

Assim, embora não tenha havido informação direta a respeito da continuidade da experiência, restou o indicativo de se tratar de uma ação voltada ao processo eleitoral de 2018, quando o Guia foi lançado. A depender dos objetivos de cada projeto, a

durabilidade pode variar bastante, sendo que algumas iniciativas podem mesmo serem bastante frutíferas mesmo realizadas pontualmente.

Podemos citar o caso da Justina, do TRT-SP, citado no Capítulo 3, que teve começo, meio e fim, e resultou em muito envolvimento com cidadãos, com feedback bastante positivo. Com o Guia do Voto ocorreu algo semelhante no que se refere a quantidade de acessos divulgada pelo Grupo Votorantim.

Neste Eixo, verificamos que a Controladoria-Geral da União e a Open Knowledge Brasil explicitam pertencimento dos projetos a um eixo de atuação abrangente nas instituições, o que não ocorre na Votorantim com o Guia do Voto. Apesar disso, identificamos uma relação dos três projetos a um escopo de atuação das instituições para além das experiências específicas. OKBR e CGU estabelecem essa vinculação de maneira direta e objetiva. Faltou à Votorantim explicitar a inserção do Guia do Voto no programa de Cidadania da instituição, ou, caso o programa seja posterior, já que é mencionado somente em relatório de 2020, faltou incluir o Guia como projeto realizado.

Isso porque identificamos que as três experiências investigadas correspondem a um rol de ações integradas promovidas pelas instituições responsáveis, bem como que são desenvolvidas ações integradas de maneira endógena, isto é, mobilizando áreas ou conjugando projetos e plataformas para integrar as experiências. Tal fato denota comprometimento com a temática da cidadania nas três organizações para além de ações isoladas, o que vai ao encontro de fundamentos básicos da Comunicação Pública.

Identificamos ainda que CGU e OKBR planejaram o Fala.BR e a Operação Serenata de Amor, respectivamente, em uma política de continuidade perene. A CGU com um resguardo no campo normativo e ação de integração entre ouvidorias de variadas instâncias. A OKBR na mobilização de diferentes atores e buscas por apoio financeiro, e sobre isso deve-se levar em conta que se trata de uma organização sem fins lucrativos. Na Votorantim faltaram informações mais claras sobre a continuidade da iniciativa, mesmo porque, ainda considerada a sazonalidade das eleições, a companhia pode optar pela manutenção do projeto. Projetos junto a gestão pública municipal e a divulgação de um Programa de Cidadania, no relatório de ano base 2019, permitem apostar em uma abrangência temporal maior que 2018 para o Guia do Voto.

7.3.3. Transparência

No eixo Transparência analisamos três categorias: Publicização da ação, práticas de *Accountability* e Uso de dados dos participantes. O objetivo foi verificar esforços das organizações no sentido de conferir transparência aos projetos e, na interface com os promotores, identificar práticas também das instituições.

Figura 37: Nuvem de palavras: transparência nas experiências analisadas



Fonte: Elaboração própria.

A categoria com mais ocorrências foi a de Publicização da ação, especialmente devido à subcategoria de divulgação de Resultados, que obteve 23 ocorrências. Outro aspecto evidenciado é a preocupação com a proteção de uso de dados, subcategoria com 15 ocorrências.

7.3.3.1. Publicização da Ação

Nesta categoria, classificamos em duas subcategorias diferentes âmbitos de publicização das experiências investigadas: Resultados da ação e Repercussão. Nos

Resultados, observamos a divulgação de resultados qualitativos e quantitativos, e informações sobre alcances das experiências. Em Repercussão, categorizamos citações sobre diferentes formas de repercussão do projeto na esfera pública como cobertura midiática e compartilhamento em redes sociais relacionados à experiência.

Tabela 18: Publicização/Resultados

Publicização/Resultados	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Resultados	70%	17%	13%	100%
Totais	16	4	3	23

Fonte: Elaboração própria.

Sobre os Resultados, o Fala.BR apresentou dados do volume geral de manifestações de 2019, balanços com anos anteriores e volume histórico de manifestações. Aspectos de amplitude geográfica também foram ressaltados:

O Fala.BR engloba ferramentas que já somam mais de 1,2 milhão de pedidos de acesso e de manifestações, direcionados a órgãos do Poder Executivo Federal. Além disso, **atende a cerca de dois mil órgãos e entidades** de todos os entes e poderes da federação. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Somente em 2019, **o volume de manifestações atingiu o montante de 375.316, dirigidas às esferas federal, estaduais e municipais**, o que significa um grande esforço da gestão pública no sentido de tratar todas aquelas manifestações da sociedade. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 10, grifo nosso).

O Fala.BR (...) **atende a mais de 2000 órgãos em todas as esferas de governo abrangendo mais de 1100 municípios brasileiros**. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 37, grifo nosso).

Também destacou as quantidades de manifestações por sistema, e-SIC e e-OUV. Sobre o primeiro, “desde 2015, já passaram pela CGU 54,8 mil manifestações” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 59) e foram mais de 240 mil manifestações em 2019:

[...] o Sistema e-Ouv se tornou em 2019 de uso obrigatório por parte das ouvidorias que compõem o SISOUV. [...] tal obrigatoriedade foi um dos fatores que levaram **o número de manifestações registradas a mais que dobrar em relação ao exercício anterior, superando a marca de 330 mil sendo mais de 240 mil em âmbito federal** (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 59, grifo nosso).

Oferecido desde 2017 na modalidade “*software as a service*” (*software* como serviço) aos demais entes da Federação, o Sistema e-Ouv, que hoje faz parte da Plataforma Fala.BR, **já atende, além destas 347, outras 1.796 instituições (1.463 unidades municipais e 333 unidades estaduais, em 25 Estados e no Distrito Federal), perfazendo assim um total de 2.143 instituições usuárias do Sistema e-Ouv**, de todas esferas de governo e administrativas (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 59, grifo nosso).

Em relação aos pedidos de acesso à informação, foram mais de 135 mil registros em 2019, mais de 99% respondidos. Desde 2012, foram feitos mais de 12.400 recursos à CGU:

Um ponto fundamental que não se pode deixar de mencionar foi a atuação firme da CGU no sentido de garantir o direito de acesso à informação pelo cidadão, o que pode ser comprovado pelos expressivos números alcançados no ano passado, **quando respondemos mais de 135 mil pedidos** de acesso por parte da sociedade, com **um índice de assertividade de 99,90%**. São números que devem ser ressaltados como forma de demonstrar a confiança da sociedade no seu direito de acesso à informação (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 9, grifo nosso).

PEDIDOS REGISTRADOS EM 2019 135.339 100%; Pedidos respondidos (registrados e respondidos em 2019) até 31/12/2019 135.198 99,90%; Pedidos em tramitação dentro do prazo (registrados até 31/12/2019 e com prazo de resposta maior que 31/12/2019) 7, 0,00%; Pedidos fora do prazo e sem resposta (até 31/12/2019) 134, 0,01% (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 63).

Desde o início da vigência da LAI, em 2012, houve mais de 12.400 mil recursos à CGU, sendo 1.976 mil somente em 2019. Dos 1.169 recursos julgados no período, 579 tiveram seu mérito analisado, sendo que em 42% destes houve resolução pacífica do conflito, com perda de objeto decorrente da interlocução da CGU com órgãos, entidades e recorrentes (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 63, grifo nosso).

A Controladoria-Geral da União divulgou ainda informações sobre a quantidade de pedidos feitos por meio do *chatbot* no Facebook e Telegram, aproximadamente 800 pedidos, desde a criação de Cida:

[...] o objetivo de utilização do bot foi alcançado e para garantir a melhor performance do software melhorias regulares são realizadas com base no feedback coletado com a interação dos usuários. Implementado desde dezembro de 2018 no *Facebook* e em abril de 2019 no Telegram já foram recebidas mais de 800 manifestações (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Há uma publicização sobre os resultados e alcances da plataforma no relatório anual. Os números também foram reforçados no questionário respondido pela CGU e estão disponíveis no Painel Resolveu? e Painel LAI à toda a população.

O Guia do Voto informa que os resultados do projeto superaram as expectativas da organização que, em princípio, planejou para alcançar empregados, com um público estimado entre 40 e 50 mil pessoas, tendo alcançado mais de 184 mil downloads após a abertura à sociedade. O aspecto de amplitude geográfica também foi destacado:

Quando a ideia surgiu, no início de 2018, o público-alvo eram os quase 40 mil empregados, mas, quando iniciamos o projeto, percebemos que a publicação poderia despertar o interesse e ser útil para um público muito maior. [...] Na versão aplicativo para celular, disponível gratuitamente para Android e iOS, **o alcance foi mais amplo: 184.459 downloads, quase quatro vezes mais que a meta inicial de 50 mil e alcançou 23 estados e o Distrito Federal** (VOTORANTIM, 2020a, p. 28-29, grifo nosso).

O Grupo Votorantim ainda informa que foram distribuídos materiais impressos, mas não divulga números. Não há informações de ordem qualitativa sobre o projeto, como entrevistas com empregados ou outros participantes.

Não há informações com atualização constante acerca do total dos valores ressarcidos. A Operação Serenata de Amor informa que Rosie já expôs mais de 9 mil notas fiscais suspeitas, tendo havido devolução de mais de R\$ 50 mil. Deputados questionados no Twitter formaram a maioria entre os que ressarciram valores à Câmara e foi registrada uma queda de R\$ 5,21 no gasto por deputado relacionados à alimentação, entre 2017 e 2018:

A Rosie expôs mais de **9 mil notas suspeitas**, e segundo levantamento até o final de 2017 tínhamos 117 reembolsos cancelados e **R\$ 50.569,18 devolvidos à Câmara**. (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

O projeto contribuiu para reduzir as médias de gastos com alimentação na Câmara. **Deputados cujas despesas foram questionadas no Twitter da Rosie eram responsáveis por 78% do valor ressarcido pela Câmara até fevereiro de 2018**. Um dos deputados chegou a devolver mais de R\$ 3 mil aos cofres públicos após ter o gasto questionado. **Em média, os gastos com a rubrica de alimentação dos nossos deputados caíram R\$ 5,21 de 2017 para 2018** (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 7, grifo nosso).

A OKBR também divulga dados sobre envolvimento de pessoas no desenvolvimento do projeto como a colaboração de mais de 120 pessoas nos repositórios

na GitHub, que geraram 63 melhorias de código. Também há o envolvimento de mais de 780 pessoas na comunidade da Serenata no Telegram.

Observamos que o Fala.BR atua de forma mais transparente em relação aos impactos gerados. O Guia do Voto realizou a divulgação acerca do alcance da plataforma apenas no relatório anual e a OKBR não evidencia dados atualizados acerca dos impactos gerados.

A outra subcategoria é a Repercussão do projeto. Nesse tópico, identificamos 10 referências a repercussão, sobretudo de imprensa, dos projetos analisados, e elas se concentraram no projeto Serenata de Amor, como mostra a Tabela:

Tabela 19: Publicização/Repercussão

Publicização/Repercussão	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Repercussão e compartilhamento	0%	89%	11%	100%
Totais	0	8	1	9

Fonte: Elaboração própria.

O Fala.BR não faz menção acerca da repercussão do projeto. O Guia do Voto informa a possibilidade de compartilhamento de conteúdos pelas redes sociais, ampliando o alcance, embora não fale sobre repercussão na imprensa:

Poderei compartilhar o resultado dos testes através do aplicativo? Sim. O resultado obtido nos testes “O que eu sei sobre eleições?” poderá ser compartilhado em redes sociais. Há ainda a possibilidade de convidar amigos e seguidores para conhecer o aplicativo (VOTORANTIM, 2018).

Já a OKBR enfatiza a repercussão midiática em seu relatório anual, que possui uma seção específica sobre Comunicação, em que divulga alcances com mídia espontânea – gerada sem financiamento, e em redes sociais. Há uma ampla e variada cobertura da imprensa sobre ações da organização, incluindo a Operação Serenata de Amor.

Sobre a Serenata, a OKBR divulga em seu site mais de 90 inserções, desde o início do projeto, em 2016:

[...] nosso trabalho, que tem como princípio a informação e a transparência, ganhou espaço em eventos e palestras no mundo inteiro, e teve um grande destaque na mídia, **sendo coberto por mais de 90 veiculações, incluindo as maiores do país, como Fantástico, Jornal Nacional e Folha de S. Paulo, além de uma grande relevância no**

cenário de controle social no Brasil (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020a, grifo nosso).

Em âmbito geral, a ONG também obteve grande repercussão midiática. Sobre 2018, alguns dos dados divulgados são:

Participamos ou fomos explicitamente citados em **oito programas de TV**, sendo três deles na TV Globo – um no Jornal Nacional, três na *GloboNews*, um na TV Al Jazeera e outro na Rede Record (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 3, grifo nosso).

Durante o ano de 2018, constatamos inserções da Open Knowledge Brasil em portais de pequeno porte e em grandes veículos de circulação nacional como a Folha de S. Paulo e a GloboNews. Até o dia 11 de dezembro foram **684 publicações** em que o nome da OKBR apareceu (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 19, grifo nosso).

A Open Knowledge Brasil também esteve nas versões online do Estado e da Folha. No total, foram 225 inserções na grande imprensa, abordando temas como transparência política e governança democrática (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018a, p. 19).

Além dos já existentes canais (**Facebook, Twitter, site e newsletter via mailing**), a OKBR **passou a publicar relatórios periódicos no Medium** (<https://medium.com/@okbr>), detalhando o conteúdo enviado nas newsletters, e também criou recentemente uma conta no **Instagram** (@openknowledgebrasil) (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 19, grifo nosso).

Pode-se depreender que a Open Knowledge Brasil atua na comunicação de forma a alcançar repercussão para seus projetos, incluindo a Operação Serenata de Amor, e suas causas, fortemente a abertura de dados. Fala.BR e Guia do Voto não divulgam aspectos da repercussão dos projetos, quantidades e veículos que repercutiram.

7.3.3.2. *Accountability*

Nesta seção, analisamos aspectos de *accountability* empregados pelas instituições nos documentos analisados, relacionadas às experiências Fala.BR, Guia do Voto e Serenata de Amor. Voltamos a dois aspectos: Prestação de contas da experiência e Parceiros, apoiadores e patrocinadores.

Em Prestação de contas, identificamos a presença ou não da prestação de contas da experiência e da organização promotora, com exibição de informações como recursos arrecadados, recursos gastos, balanço patrimonial, entre outras, que conferem transparência sobre os custos do projeto e a situação financeira da organização. A

categoria foi analisada na maneira de código binário, 1 para presença e 0 para ausência, nos dois âmbitos: prestação de contas da experiência; prestação de contas da organização. Nesse sentido, encontramos:

Tabela 20: Prestação de contas

Transparência/ Accountability	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Prestação de contas Projeto	0	0	0	0
Prestação de contas Organização	1	1	1	3
Prestação de contas geral	50%	50%	50%	50%
Totais	1	1	1	3

Fonte: Elaboração própria.

Nenhuma das três organizações divulga prestação de contas do projeto desenvolvido, portanto não houve ocorrência, mas é possível encontrar informações sobre os eixos ou programas em que os projetos estão inseridos. Sobre o aspecto institucional, CGU, Votorantim e OKBR divulgam prestação de contas de forma mais ou menos detalhada e com diferenças na forma de apresentação de dados. As três tiveram ocorrência nesse âmbito.

A CGU divulga o detalhamento de receitas e despesas no Relatório Anual, com seção específica sobre gestão orçamentária, financeira e contábil, mas em seu site realiza apenas direcionamento para o Portal da Transparência. No site da CGU ou no Fala.BR, os dados não são apresentados de forma consolidada em um balanço com gráficos de facilitem a compreensão.

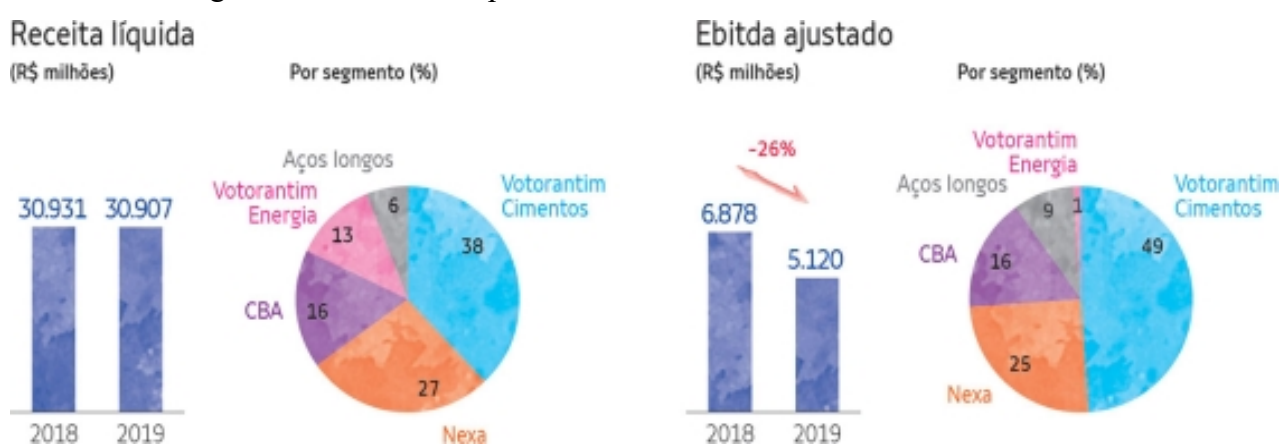
A disponibilização apenas no portal da Transparência oferece atualização contínua e opção de variadas informações e filtros, mas requer uma busca ativa por parte do usuário sobre receita e despesa, requisitando maior interesse, tempo e disponibilidade do interessado.

A CGU divulgou um orçamento total de mais de R\$ 1,1 bilhão, incluindo despesas discricionárias, pessoal e encargos, e benefícios. O orçamento aprovado para as despesas discricionárias da CGU para 2019 foi de R\$ 110 milhões, mas houve contingenciamentos e descontingenciamentos que prejudicaram o desempenho orçamentário, principalmente referentes a licitações, impactando na aquisição de bens e serviços.

Já a Votorantim, não tendo um local como portal da transparência para publicar a prestação de contas da companhia, compensa de alguma forma isso realizando a divulgação de informações de prestação de contas em sua página, além do Relatório anual. Isso não permite consultas detalhadas por parte da população ou filtros específicos, mas informa de maneira facilitada dados centrais sobre o balanço financeiro do Grupo e de seus investimentos sociais.

A Votorantim registrou em 2019 receita líquida de R\$ 30,9 bilhões, estável em relação a 2018, e um lucro líquido de R\$ 4,9 bilhões, ante R\$ 2,3 bilhões em 2018. O crescimento é atribuído à conclusão da transação de venda da Fibria, além da redução dos juros e da exposição cambial, mas houve queda nos resultados operacionais da companhia.

Figura 38: Resultados operacionais da Votorantim 2018/2019



Fonte: Relatório Votorantim (VOTORANTIM, 2020a).

Sobre os investimentos sociais, a Votorantim divulgou um total de R\$ 123 milhões em 2018, advindos, sobretudo, da *holding* de forma voluntária, 65,2%, e 11,9% de maneira obrigatória. Outras fontes são o Instituto Votorantim (9,7%), recursos incentivados (8,9%), subcrédito BNDES (3,8%) e captação externa (0,5%).

A maior parte destinou-se a projetos integrantes da categoria Outros, em que metade dos investimentos foram realizados pela NEXA no Peru. Não foi possível identificar se o Guia do Voto se enquadrou nesta ou em outra categoria.

Figura 39: Foco dos investimentos da Votorantim 2018



Fonte: Relatório Anual (INSTITUTO VOTORANTIM, 2019).

Sobre a OKBR, não há informações de prestação de contas em seu relatório anual. No site constam documentos em PDF com balanço patrimonial de 2014 em diante. A partir de 2018, algumas dessas informações passaram a ser divulgadas de maneira mais atrativa, em infográfico, com dados resumidos sobre Receita e Despesa, permitindo filtros por ano.

Figura 40: Receitas e despesas da Open Knowledge Brasil em 2018

Receita x Despesa Total			Despesas	
Centro de custo	Entrada ▾	Saída	Tipo	Saída ▴
Núcleo de Gestão	393.693,21	-238.665,43	Salário	-405.979,31
Inovação Cívica	309.647,13	-196.031,02	Serviço contratado	-295.246,25
Escola de Dados	202.890,4	-300.151,75	Reembolso	-60.644,24
Advocacy e Pesquisa	55.500	-50.664,91	Prêmio	-10.000
			Tributo	-8.965,42
Total geral	961.730,74	-785.513,11	Despesa bancária	-4.677,89

Fonte: Open Knowledge Brasil (2020a).

É possível verificar uma receita de mais de R\$ 961 mil, sendo R\$ 306 mil no eixo de Inovação Cívica, onde a Operação Serenata de Amor está inserida. A despesa

divulgada é de cerca de R\$ 785 mil, com pouco mais de R\$ 196 mil com projetos de Inovação Cívica.

É divulgada uma prestação de contas relacionada à Operação no que concerne à fase de implantação, em 2016, quando houve a primeira campanha de financiamento coletivo do grupo que arrecadou cerca de R\$ 80 mil, valor suficiente para custear as ações por três meses.

Na subcategoria Apoiadores e patrocinadores verificamos quais são os outros atores são citados envolvidos na criação, desenvolvimento e manutenção da iniciativa. Tais informações conferem transparência em relação a quem está por trás do projeto, além da instituição promotora, ou mesmo que auxilia no financiamento da organização.

Tabela 21: Apoiadores e patrocinadores

Transparência/ <i>Accountability</i>	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Apoiadores e patrocinadores	0%	67%	33%	100%
Totais	0	4	2	6

Fonte: Elaboração própria.

A CGU não apresenta informações sobre apoiadores e patrocinadores, pois se trata de órgão público do Poder Executivo Federal, sendo seus recursos provenientes do Tesouro Nacional. Sobre o Fala.BR, a CGU apenas informa que não há custo para ouvidorias, já que a Controladoria assumiu a responsabilidade e os custos relacionados “ao desenvolvimento do sistema, à manutenção dos servidores e bancos de dados e à gestão do sistema, não havendo, portanto, qualquer custo para as ouvidorias” (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2017c).

A Votorantim informa que manteve como princípio a proximidade com investidores e credores, com transparência que a equipara a nível de companhias de capital aberto, mas não há detalhamento público sobre os investidores e essa relação. Sobre o Guia do Voto, a companhia informa que o conteúdo foi desenvolvido em parceria com Humberto Dantas, doutor em Ciência e diretor do Movimento Voto Consciente. Também divulga como parceiros, além de Humberto Dantas, Moraes Pitombo Advogados e Fullbar Digital.

A Open Knowledge Brasil não divulga patrocinadores/investidores da organização ou do projeto. Informa que a Operação Serenata de Amor conta com

financiamento coletivo pelo site Apoia.se, “mecanismo que era a única fonte de renda quando o projeto era gerido por um grupo de pessoas autônomas. Em novembro contabilizamos 520 apoiadores” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2018, p. 7).

Também é divulgada parceria com a Digital Ocean, plataforma para provisionamento e hospedagem de servidores e aplicações. Outro ponto destacado é a rede de voluntários, desde a implantação do projeto, com “um time formado por 10 pessoas e mais de 600 voluntários dispostos a realizá-lo” (OPEN KNOWLEDGE BRASIL, 2020), e atualmente, “contamos com um corpo de centenas de voluntários: colaboradores do mundo inteiro, incluindo jornalistas e investigadores” (OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, 2020).

7.3.3.3. *Uso de Dados dos participantes*

Nesta categoria analisamos aspectos do uso de dados dos participantes por parte do Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor. Nosso enfoque recaiu sobre a Finalidade de uso de dados e a Proteção ao uso de dados. Na Finalidade do uso de dados dos participantes investigamos com que fins são utilizados esses dados coletados nas experiências, quando há uso, já que a Operação Serenata de Amor não requisita dados dos usuários. Fala.BR e Guia do Voto sim, com diferentes objetivos. A Tabela representa a quantidade de finalidades para coleta de dados:

Tabela 22: Finalidade de uso de dados

Transparência/ Uso de dados dos participantes	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Finalidade de uso de dados	67%	0%	33%	100%
Totais	2	0	1	3

Fonte: Elaboração própria.

O Fala.BR utiliza os dados para fins estatísticos e para comunicação direta de ouvidoria ativa, em alguns casos:

Os dados dos usuários que utilizam a Plataforma **são utilizados para fins estatísticos**. No “Painel resolveu?”, ferramenta digital destinada a organizar e a dar transparência às estatísticas pertinentes ao tratamento das manifestações de ouvidoria, **é possível consultar o Perfil do cidadão, com dados sobre a faixa etária, gênero, localização, raça e**

cor dos usuários que utilizam a Plataforma (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Os dados cadastrais são utilizados **também para comunicação direta com o cidadão em determinadas ações de ouvidoria ativa**, como por exemplo, quando do rompimento da barragem de Brumadinho em Minas Gerais, em que a CGU **enviou mensagem aos usuários cadastrados na região para colocar os serviços Ouvidoria à disposição**. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020b, EM RESPOSTA À PESQUISADORA, grifo nosso).

Sem dúvida, a divulgação das estatísticas contribuiu para compreensão em torno de quem é o usuário que busca a plataforma, principalmente porque esses dados são tornados públicos e servem para traçar perfis como o faz a CGU. Por outro lado, situações em serviços de ouvidoria ativa, podemos observar um retorno direto para os cidadãos, para além da publicização estatística, com a oportunidade de manifestação. Outro passo é investigar como se dá a resolutividade dessas manifestações.

O Guia do Voto solicita e-mail, senha e Estado para se cadastrar. No relatório anual da Votorantim foi divulgada a quantidade total de downloads e a quantidade de cidades em que houve usuários participantes. Segundo a companhia, os dados são usados apenas para compilação, sem fins estatísticos:

Meus dados poderão ser usados com fins estatísticos? **Não. Os dados cadastrais fornecidos pelo usuário serão utilizados somente para compilação de informações e manutenção do aplicativo**, sem quaisquer fins estatísticos, de enquête ou de pesquisa de opinião (VOTORANTIM, 2018).

Apesar de a plataforma solicitar dados dos usuários como localização não há disponibilização de conteúdos por geolocalização. Também não são tornados públicos informações gerais sobre acessos dos usuários, o que poderia auxiliar na transparência.

Na subcategoria “Proteção ao uso de dados”, investigamos quantas e quais são as políticas para proteção de dados dos participantes, informações sobre privacidade e segurança, em relação aos projetos que solicitam dados de usuários.

Tabela 23: Proteção ao uso de dados

<i>Accountability/</i> Proteção de Uso de dados	Fala.BR	Serenata de Amor	Guia do Voto	Totais
Proteção ao uso de dados	43%	0%	57%	100%
Totais	6	0	8	15

Fonte: Elaboração própria.

A Operação Serenata de Amor não utiliza dados dos participantes. O Fala.BR e Guia do Voto utilizam e apresentam políticas de proteção ao uso. O Fala.BR solicita informações para cadastro, a depender da manifestação realizada.

[...] em 3 de dezembro de 2019 foi assinado o Decreto n. 10.153, dispondo sobre as salvaguardas de proteção à identidade dos denunciante de ilícitos e de irregularidades praticados contra a administração pública federal direta e indireta (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 61).

Quais as garantias de proteção à minha identidade? Por força da Lei nº 12.527/11 (Lei de Acesso à Informação) e Lei 13.460/2017 (código de defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos), os órgãos e entidades públicas devem proteger suas informações pessoais, **restringindo o acesso a quaisquer dados relativos à intimidade, vida privada, honra e imagem, a não ser que você autorize expressamente o acesso a estas informações** (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2017, grifo nosso).

Em 2019, a CGU implementou novas funcionalidades relacionadas à proteção e salvaguarda dos dados pessoais e de identificação do denunciante, adequando a plataforma aos requisitos do Código de Defesa dos Usuários de Serviços Públicos (Lei nº. 13.460, de 26 de junho de 2017) e do Decreto de Proteção ao Denunciante (Decreto nº. 10.153, de 03 de dezembro de 2019). São elas:

Criação de extrato de denúncia; Solicitação de consentimento de compartilhamento de identificação; Ocultar nome do respondente e responsável pela análise na resposta; Tratamento de denúncias por servidor/equipe específica; Indicação facultativa do e-mail quando do registro de manifestação para o usuário. (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2020a, p. 61).

Conforme a CGU, com os ajustes realizados, a identidade do denunciante passou a ser automaticamente preservada, nos casos em que é necessário encaminhar a denúncia para ouvidoria que não aquela que originalmente recebeu a manifestação. Antes, a identidade somente era preservada quando o denunciante assim solicitava, mas nesses casos, não é gerado um número de protocolo ao usuário:

[...] as manifestações do tipo Denúncia e Reclamação podem ser realizadas tanto mediante cadastro como de forma anônima, sendo que o manifestante que optar pelo anonimato não obterá um número de protocolo e nem receberá uma resposta da ouvidoria para sua manifestação (CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2017).

O Guia do Voto permite cadastro por meio do Facebook, mas informa que os dados do usuário ou de navegação não são compartilhados com a plataforma de rede social.

O GUIA DO VOTO é vinculado ao *Facebook*? Não. O GUIA DO VOTO não é um serviço do *Facebook* e não tem com ele qualquer vínculo. Os dados dos usuários no GUIA DO VOTO, assim como suas prioridades e escolhas, não ficarão disponíveis para o *Facebook* (VOTORANTIM, 2018).

O Guia informa seguir o Marco Civil da Internet, assegurando a privacidade dos usuários e mantendo os dados em sigilo, explicando que só serão divulgados com autorização do usuário ou ordem judicial. Além disso, os dados ficam disponíveis apenas no dispositivo de uso, enquanto o aplicativo está instalado.

A minha privacidade está assegurada no GUIA DO VOTO? Sim. O GUIA DO VOTO atende às disposições previstas no Marco Civil da Internet, Lei Federal nº 12.965/14 (VOTORANTIM, 2018).

O aplicativo mantém meus dados em sigilo? Sim. **Todas as informações disponibilizadas serão mantidas sob sigilo e não serão divulgadas sem autorização do usuário ou ordem judicial** (VOTORANTIM, 2018, grifo nosso).

Se eu apagar o aplicativo do meu celular, consigo depois recuperar as minhas escolhas? Para sua segurança, os dados referentes às suas preferências e candidatos são armazenados apenas no seu dispositivo de acesso (Computador, Celular ou Tablet), e não são guardados nos servidores do GUIA DO VOTO (VOTORANTIM, 2018).

Nessa análise observamos que ambas as plataformas que solicitam dados de usuários empreenderam ações para assegurar a segurança dos dados. No entanto, o Fala.BR apresentou um uso mais efetivo para esses dados. A Votorantim divulga um redobrado cuidado sobre a proteção dos dados aos participantes, mas o fato é que essas informações são coletadas sem que haja qualquer retorno ao usuário.

Neste eixo da Transparência, verificamos que o Fala.BR atua de forma mais transparente em relação aos impactos gerados pela experiência, realizando divulgação constante e atualizada sobre pedidos de informação e manifestações de ouvidoria. O Guia do Voto realizou a divulgação acerca do alcance da plataforma apenas no relatório anual e à OKBR falta uma divulgação frequente dos ressarcimentos realizados e impactos gerados pela Operação Serenata de Amor, ainda que o foco do projeto não se baseia na vultuosidade dos valores ressarcidos.

Também identificamos que a Open Knowledge Brasil atua na comunicação em busca de visibilidade de forma mais fortalecida a fim de alcançar repercussão para seus projetos, incluindo a Operação Serenata de Amor, e para suas causas, fortemente a abertura de dados. De certa forma, a veiculação na imprensa legitima o trabalho efetuado pela organização, que ganha em publicização das ações, o que parece ser especialmente importante para uma ONG, que necessita de recursos externos para sua manutenção.

Fala.BR e Guia do Voto não divulgam aspectos da repercussão dos projetos, nem quantidades e veículos de mídia que repercutiram as experiências. Sem desprezar o aspecto de fortalecimento da imagem institucional que a cobertura midiática pode fornecer, e geralmente é o fator principalmente visado nesses casos, a divulgação das ações pautada nos impactos para a sociedade é importante aspecto de transparência. Daí, sua relevância ao tornar públicas as ações desenvolvidas e envolver novos usuários que ainda não tinham conhecimento do projeto.

Como vimos, CGU, Votorantim e OKBR realizam prestação de contas institucionais. À CGU falta uma divulgação consolidada e clara no seu site, não obstante haver informações bastante detalhadas disponíveis no portal da Transparência. Encontramos informações gerais sobre eixos de atuação dos projetos analisados, mas não prestação de contas específicas, o que ampliaria a transparência nesse aspecto.

A CGU não apresenta informações sobre apoiadores e patrocinadores, já que seus recursos são provenientes do Tesouro Nacional. A Votorantim destaca uma boa relação com investidores e informa como parceiros do Guia do Voto o autor, Humberto Dantas, além de um escritório de advocacia e uma empresa de consultoria e marketing digital. A OKBR ressalta o financiamento coletivo e o envolvimento de voluntários, sem detalhamento sobre patrocinadores.

A partir da análise, observamos que duas plataformas empreenderam ações para assegurar a segurança dos dados dos usuários. No entanto, o Fala.BR apresentou, como vimos na finalidade, um uso efetivo para esses dados, no que tange à transparência e à comunicação por ouvidoria ativa, em alguns casos.

Já em relação à Votorantim, observamos que há um redobrado cuidado em explicar a proteção dos dados aos participantes, mas o fato é que essas informações são coletadas sem que haja qualquer retorno ao usuário seja no campo da transparência, seja no campo da personalização de conteúdo, caso assim o usuário preferisse. Dessa forma, ainda que assegurada a segurança, a requisição de cadastro com e-mail e estado do participante se mostra improdutiva e, portanto, prescindível.

7.4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DE POLÍTICAS

A partir dos resultados encontrados na Análise de Conteúdo, vemos que o principal preceito da Comunicação Pública adotado nas três experiências é a Participação. Cidadania e Interesse Público são menos citados, sendo que o último quase chega à ausência total de referências. A valorização desses preceitos passa também pelo aspecto discursivo e a Comunicação Pública é qualificada quando essa tríade é ressaltada nas práticas, desde que corresponda a uma atuação efetiva. O que também está vinculado diretamente a diretrizes institucionais.

Sobre as Diretrizes Institucionais, verificamos o Compromisso com a Democracia, programas institucionais, ações institucionais integradas e políticas de continuidade.

O Compromisso com a democracia é ressaltado pelo Guia do Voto, bem como a necessidade do envolvimento empresarial para garantias democráticas, mas isso ocorre principalmente no documento guia do voto. A OKBR destaca o papel da sociedade civil para o fortalecimento da democracia e, surpreendentemente, a CGU não faz menção à importância e valorização da democracia, nem explicita compromisso institucional com o regime democrático.

Quanto a Programas Institucionais, a Controladoria-Geral da União e a Open Knowledge Brasil tornam explícito o pertencimento das experiências analisadas a um eixo de atuação abrangente, diferente do Guia do Voto, na Votorantim, que não faz referência direta ao programa de Cidadania. Identificado formalmente no relatório de 2019, não restou claro se a formatação como programa é recente ou a divulgação é que só foi realizada após a realização do Guia, em 2018.

Os projetos compõem um rol de Ações integradas. Há ações endógenas, entre áreas e projetos internos às experiências analisadas, ou exógenas, com práticas relacionadas. Nenhum projeto se dá de maneira isolada, o que coopera para uma compreensão de prática inserida dentro de uma política estruturante, e não oportunista.

Quanto à política de continuidade, observamos que o Guia do Voto não clarifica a questão, dando mostras de uma ação de caráter pontual no que respeita à duração. CGU e OKBR evidenciam uma política de continuidade perene.

Sobre Transparência, dentro das categorias analisadas, verificamos Publicização, *Accountability* e Uso de dados dos participantes. Sobre a Publicização, investigamos a comunicação sobre os resultados da ação e acerca da repercussão alcançada. Os resultados obtidos são mais divulgados no Fala.BR, que publica de forma contínua a quantidade de pedidos de informação e de manifestações de ouvidoria, além de ressaltar dados no relatório institucional, enquanto o Guia do Voto apenas trata resumidamente o alcance da plataforma, e a OKBR oferece pouco espaço para publicizar impactos gerados pela Operação Serenata de Amor.

Ainda na Publicização, em relação à comunicação sobre a repercussão alcançada, a Open Knowledge Brasil atua de forma mais fortalecida, enquanto Fala.BR e Guia do Voto não divulgam aspectos da repercussão, quantidades e veículos que repercutiram. A OKBR dá ênfase à veiculação na imprensa, de forma a mostrar impacto no debate público sobre os temas levantados, especialmente dados abertos. Tornar públicas as ações desenvolvidas deve ser um objetivo buscado sobretudo para fins de transparência e envolvimento de novos atores, não com enfoque na construção ou no fortalecimento de imagem institucional.

Em relação à *Accountability*, observamos a Prestação de contas e a divulgação de apoiadores e patrocinadores. As três organizações realizam Prestação de contas institucionais. Mas a CGU não realiza uma divulgação consolidada e clara no site oficial, recorrendo aos detalhados relatórios do Portal da Transparência, que nem sempre prestam à facilidade de acesso às informações. Apoiadores e patrocinadores são pouco divulgados. Para a CGU, a variável é pouco impactante, pois que seus recursos são provenientes do Tesouro Nacional. A Votorantim presta poucas informações sobre investidores, mas divulga parceiros do Guia do Voto. A OKBR ressalta o financiamento coletivo e o envolvimento de voluntários, sem detalhamento sobre patrocinadores da Operação Serenata de Amor ou da própria organização.

A respeito do Uso de dados, nosso enfoque foi a Finalidade do uso de dados e a Proteção ao uso de dados. A Operação Serenata de Amor não utiliza dados dos usuários. Fala.BR e Guia do Voto apresentam cuidados para dar garantias à segurança dos dados dos usuários e de navegação. No entanto, o Fala.BR faz melhor gestão do uso de dados, divulgando continuamente estatísticas de acesso e ações de ouvidoria ativa, enquanto a Votorantim coleta poucas informações, mas sem retorno aos usuários. Dessa forma, ainda que garantida a segurança, a requisição de cadastro com e-mail e estado do participante se mostra improdutivo e, portanto, prescindível.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante nossa trajetória de pesquisa realizamos uma série de considerações acerca das análises realizadas. Contudo, ao final deste percurso investigativo, teórico e empírico, ainda restam considerações a respeito das técnicas e políticas adotadas nas experiências que formaram nosso *corpus* de pesquisa, promovidas por diferentes atores sociais e sobre a contribuição desta pesquisa para a Comunicação. É o que tratamos nesta seção final.

Constatamos que as experiências analisadas foram desenvolvidas a partir de diferentes lógicas, conformadas às estratégias das organizações promotoras e dos setores sociais em que estão inseridas. Isso confirma nossa hipótese inicial.

Diferentes atores sociais têm desenvolvido iniciativas que aliam recursos técnicos e foco na cidadania, podendo ser caracterizadas como práticas que materializam pressupostos da Comunicação Pública ante um espaço público midiaticizado. Vimos que a Participação é privilegiada entre os preceitos e há falhas nas diretrizes institucionais e em Transparência, com possibilidades de aperfeiçoamento.

Verificamos também que há uma materialização parcial de preceitos da Comunicação Pública, advinda de diferentes setores da sociedade. Isso também corrobora a nossa hipótese, no aspecto que as experiências analisadas atendem parcialmente aos fundamentos da CP, em graus e de maneiras diferentes, conforme ator social que a promova. As experiências são dirigidas por lógicas e interesses diversos, ainda que tenham como foco preceitos alinhados à CP.

Dessa forma, o Fala.BR está inserido em um contexto de garantias legais e normativas voltadas a assegurar o direito ao acesso à informação e à manifestação, configurando uma plataforma digital que integra um conjunto de ações. Há um histórico de atuação institucional da CGU em torno da participação e do controle social, vinculada a políticas internas e externas.

O Fala.BR, como instituição de governo, possui mais suporte de políticas institucionais. No entanto, alterações recentes, tanto no campo de comportamento de gestão quanto no que respeita a direcionamentos estratégicos, precisam ser acompanhadas e monitoradas para que não representem risco de comprometer a conjuntura de trabalhos realizados. Falta, ainda, destacar o compromisso democrático da instituição, o que não é feito nos documentos analisados de forma explícita.

Como principal instituição promotora do acesso à informação e à manifestação via ouvidorias no Brasil, a Controladoria-Geral da União precisa manter sua autonomia e

isso passa por políticas estruturantes, incluindo sua hierarquia junto aos demais órgãos do governo.

No que respeita aos recursos técnicos do projeto, mais estritamente à tecnologia digital, consideramos que o Fala.BR atende parcialmente ao conjunto de funcionalidades e características potencializadas pelas redes digitais, configurando um nível Intermediário, o que, portanto, permite avanços.

Neste caso, alinhando diferentes funcionalidades, entendemos que os principais ganhos giram em torno de aperfeiçoar recursos existentes, com acréscimos de alguns. O *chatbot* Cida é o que principalmente integra a iniciativa a diferentes plataformas, representando uma poderosa ferramenta de interação, desde que complementar às demais. Entendemos que proporcionaria incremento efetivo se incorporada ao site, com suporte de perguntas frequentes para facilitar o esclarecimento de dúvidas dos usuários.

O campo de Perguntas e Respostas à LAI, que não possui link direto nem espaço privilegiado no Fala.BR, deveria ser reestruturado, de forma a dar acesso facilitado aos usuários, em um campo de destaque, tal qual é realizado em iniciativas semelhantes pelo mundo. O recurso de acompanhamento personalizado, com notificações de conteúdos de interesse também acrescentaria benefícios para a experiência.

Em relação ao Guia do Voto, identificamos que está inserido em um histórico de atuação do Grupo Votorantim no campo social e da cidadania e à defesa da democracia, o que não suspeitamos a princípio. Há um rol de projetos e um programa de Cidadania formatado na organização. No entanto, é preciso destacar que as práticas são conformadas à lógica do mercado, em que os projetos são adotados de modo a favorecer de alguma forma a sociedade e, conseqüentemente, a própria companhia.

Chama atenção como isso ocorre desde o Documento dos Oito, assinado por Antônio Ermírio de Moraes junto a grandes empresários brasileiros pedindo abertura política na época da Ditadura Militar e esse alinhamento prossegue, sendo incorporado à estratégia da organização.

A vinculação do Grupo Votorantim e seus dirigentes à vida política do país ocorre durante toda a trajetória centenária da companhia. Nesse sentido, há uma linha coerente de apoio, seguindo a lógica empresarial adotada, com financiamentos a candidatos vinculados, sobretudo, ao setor patronal no país. O que surge como contraditório é o desenvolvimento de projetos a favor da democracia ante o apoio, ainda que não institucional e formalizado, a candidaturas que desprezaram publicamente garantias democráticas.

Há um comportamento pró-democrático evidenciado no Guia do Voto e um interesse da companhia no tema, embora falte robustez do compromisso com a democracia na conjuntura de políticas analisadas e que estejam profundamente alinhadas às práticas de governança da organização.

Até que ponto é possível conciliar o interesse público com o interesse privado é uma questão complexa, que não intentamos medir nem responder neste trabalho, dados os tensionamentos e conflitos indissociáveis às relações de poder. De todo modo, restou claro o envolvimento do Grupo Votorantim em um rol de projetos com vistas à promoção da cidadania, campo de atuação social pouco comum para grupos empresariais, embora necessário, tal qual defendemos nesta tese.

Efetivamente, o envolvimento da iniciativa privada em assuntos de interesse público, especialmente alinhados à Cidadania, ainda é pouco comum. Isso se mostrou presente desde a dificuldade de seleção do *corpus*. No entanto, restou claro que organizações do mercado promovem projetos que podem materializar preceitos da Comunicação Pública, não sem tensionamentos.

A questão da continuidade é um dos pontos de melhoria para o Guia do Voto. Ainda que mantida a sazonalidade do período eleitoral, o projeto poderia ser mantido ativo e aprimorado, contemplando pleitos municipais, o que seria facilmente incorporado nos demais projetos junto a comunidades locais desenvolvidos pela companhia.

Sobre o aspecto técnico, o Guia do Voto oferece contribuições, com abordagens pró-democracia e referências a variadas formas participativas, mas com excessiva ênfase no gesto eleitoral. Isso poderia ser mantido, preservando o escopo do projeto, desde que outras iniciativas alinhadas ao Guia, oferecidas de forma pública e por redes digitais, contemplasse a participação social de forma mais abrangente com privilégio de formas participativas apenas citadas no Guia.

Possibilidades de interação via Guia do Voto, envio de conteúdos em foto e vídeo, e a inserção de um *chatbot* com vistas a facilitar o percurso do usuário seriam bem-vindos. Os hipertextos são bem trabalhados pela iniciativa, com links para diversos conteúdos em páginas oficiais relacionadas a eleições e permitem ao cidadão aprofundar-se de acordo com seu interesse.

No que diz respeito à Operação Serenata de Amor, verificamos que o projeto atende a uma lógica colaborativa, com ênfase para a abertura de dados. Porém, não confirmamos que o projeto, que tem a Ciência de Dados em sua base de atuação, lança

mão de mais recursos da tecnologia móvel e comunicação em rede, tendo sido classificado com nível Intermediário, tal como o Fala.BR, a esse respeito.

Sobre possibilidades de aprimoramento de recursos de tecnologia digital, entendemos que o principal deles está além das capacidades da organização, que é o retorno da marcação direta por Rosie do perfil do parlamentar envolvido na suspeita de gasto irregular pelo Twitter. É urgente o desenvolvimento de soluções globais que diferenciem *bots* que atuam em benefício do debate público dos que são fabricados para disseminar notícias falsas e discursos de ódio.

Outras práticas beneficiariam a Operação Serenata de Amor e que estão submetidas à gestão do projeto. O aperfeiçoamento das funcionalidades do Jarbas, objetivo citado em relatório da OKBR, é uma das necessidades. Uma plataforma responsiva, adaptada ao *mobile* e com um design mais atraente, é fundamental.

Aproveitar o amplo repositório de informações do projeto para comunicar melhor aos cidadãos também pode ser feito via Jarbas. Além dos diversos filtros que o site já oferece, Jarbas poderia abrir a possibilidade de notificações aos usuários para que sejam comunicados de assuntos de seu interesse.

Informações mais personalizadas, por localização e por partido, galeria de imagens de parlamentares com gasto suspeito e repositório de respostas concedidas pelos deputados e senadores formam um conjunto de possibilidades de aprimoramento de recursos técnicos para contribuição com a Comunicação Pública.

Na Operação, percebemos a busca por engajar o cidadão no controle social e na participação, mas também no próprio desenvolvimento do projeto, numa linha de estímulo ao protagonismo, alçando os usuários interessados para figurarem como parte da iniciativa. Há direcionamentos promovidos pela OKBR, que oferecem balizamento para as ações desenvolvidas, ainda que não haja uma manualização mais robusta de políticas institucionais.

A relevância dos processos comunicacionais é bastante evidenciada para o êxito da Operação Serenata de Amor. O fato de propiciar aos cidadãos um espaço para interação direta com parlamentares eleitos, especialmente para cobranças e fiscalização, mostra-se como efetiva contribuição para o debate público. Sob mediação de uma inteligência artificial, cidadãos interagem entre si, com o robô e com parlamentares, perfazendo processos comunicacionais que não seriam possíveis não fosse o insumo de informações de interesse público minerados via Ciência de Dados.

Dessa forma, entendemos que conseguimos responder a como instituições do poder público, do mercado e da sociedade civil relacionam tecnologias digitais e incremento à Cidadania, no contexto da Comunicação Pública. Alcançamos nosso objetivo geral de compreender políticas e técnicas adotadas em experiências que partem de diferentes atores sociais, que tenham como propósito o incremento à cidadania e que estão apoiadas em tecnologias digitais.

Também cumprimos nossos objetivos específicos. Nos capítulos 4 e 5 caracterizamos as experiências analisadas, a partir de seus atores, técnicas e políticas, identificamos e apontamos semelhanças e diferenças entre elas, além de alcances e limitações, a partir da apresentação dos procedimentos metodológicos utilizados.

No capítulo 6, detalhamos recursos da tecnologia móvel e da comunicação em rede empregados nas iniciativas analisadas e relacionamos com possibilidades de uso em alinhamento à Comunicação Pública.

No capítulo 7, verificamos como as experiências analisadas se inserem no contexto de políticas institucionais e comunicacionais. Também apontamos formas de materialização de preceitos da Comunicação Pública ligados à Cidadania, à Participação e ao Interesse Público, assim como diretrizes institucionais e aspectos de transparência que aparecem no Fala.BR, Guia do Voto e Operação Serenata de Amor.

Dessa forma, entendemos que esta pesquisa tem como principal contribuição a materialização teórica no campo da Comunicação Pública, que já de algum tempo preceitua o envolvimento de diferentes atores sociais, mas pouco explorou uma aplicação prática, de modo a direcionar possibilidades de aperfeiçoamento a partir de um modelo teórico-prático. Em nosso ponto de vista, conseguimos contribuir para a compreensão de como o ecossistema da Comunicação Pública pode se materializar no espaço público abrangendo diferentes atores, técnicas e políticas.

Fizemos isso a partir de um desenho de pesquisa que, ao nosso ver, pode ser utilizado em futuras investigações, contribuindo para uma agenda de pesquisas na área. A compreensão de práticas de Comunicação Pública a partir de atores, técnicas e políticas conferiu mais robustez e amplitude à pesquisa, abrindo o foco para além de uma situação pontual. Da mesma forma, o olhar empírico apoiado em diversas proposições teóricas abrangendo atores do Estado, Mercado e Sociedade Civil trazem um ganho para pesquisas sobre CP, pois corroboram responsabilidades coletivas em torno da comunicação para o cidadão, embora em diferentes graus.

As principais dificuldades encontradas na pesquisa dizem respeito ao não retorno do questionário por parte da Votorantim, apesar do contato constante com a área de comunicação do grupo e as repetidas informações de que a demanda estava sendo tratada. Não houve negação da companhia para participar da pesquisa. Ocorreram justificativas recorrentes quanto ao alto volume de trabalho por parte da comunicação do Instituto Votorantim, que seria o canal indicado para repassar informações. Nem mesmo o documento DNA Social foi enviado, após solicitação.

Ainda, em relação às dificuldades, nossa pesquisa empírica foi realizada em 2020, diante do contexto global de pandemia da Covid-19 em que ainda estamos inseridos. O abalo emocional, além de questões externas como alterações de rotina, principalmente o necessário *homeschooling* para os filhos, impactaram diretamente na produção e não poderiam ser desprezados como óbices que foram impostos no percurso e que tiveram que ser superados.

Futuras pesquisas podem ter como enfoque o envolvimento de iniciativas da sociedade civil e organizações privadas na Comunicação Pública – setores menos vistos em investigações da CP, e onde encontramos pontos especialmente interessantes acerca das lógicas e motivações, com destaque para os tensionamentos da iniciativa privada. O polo da recepção também se mostra como potencial para interessantíssimas pesquisas a partir das considerações levantadas nesta tese.

REFERÊNCIAS

- AGUADO, J.; CASTELLET, A. **Contenidos digitales en el entorno móvil**: Mapa de situación para marcas informativas y usuarios. Universidad de Murcia, 2013.
- ALMEIDA, S. Neoconservadorismo e liberalismo. In: SOLANO, E. (org.). **O ódio como política**. A reinvenção das direitas no Brasil. Boitempo, 2018.
- APP ANNIE. **The state of mobile 2019**. Disponível em: <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2019/>. Acesso em: 30 out. 2019.
- APP CÍVICO. **Quem somos**. Disponível em: <https://appcivico.com/sobre-nos/>. Acesso em: 06 nov 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Norma Brasileira ABNT NBR 6023:2018**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2018. 2ª ed. ISBN 978-85-07. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/40070/1837975/ABNT+NBR+6023+2018+%281%29.pdf/3021f721-5be8-4e6d-951b-fa354dc490ed>. Acesso em: 9 mai. 2019.
- ANTUNES, A.; GALHARDO, R.; TEODORO, P. Bancos foram os maiores doadores de Alckmin. In: **O Globo**, p. 3, 30 nov. 2006. versão online. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/404011/complemento_1.htm?sequence=2&isAllowed=y. Acesso em 17/04/2020.
- AVRITZER, L. Sociedade civil e Estado no Brasil: da autonomia à interdependência política. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 18, nº 2, novembro, 2012, p. 383-398.
- AVRITZER, L; COSTA, S. Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina. **Dados**: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 47, n. 4, 2004.
- BACKES, S. A evolução da comunicação a partir dos dispositivos móveis e o seu impacto nas estratégias de marketing. **Folio Revista Científica Digital**, Jornalismo, Publicidade e Turismo, v. 4, n. 2, jun. 2018.
- BAITELLO, N. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010.
- BARBOSA, A. Leitura e Escrita na Web. In: **Linguagem em (Dis)curso**. v. 5, n. 1, jul.-dez. ed. Unisul: Tubarão, 2004. Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/linguagem-em-discurso/0501/050108.pdf>. Acesso em: 06 set. 2019.
- BARBOSA, B. **Robôs nas mídias sociais: uma análise sobre a gênese e o desenvolvimento do fenômeno social bots**. Orientador: Prof. Dr. Juliano Mendonça Domingues da Silva. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Indústrias Criativas) – Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2018.
- BARBOSA, E.; GRANADO, A. **Weblogs – Diário de Bordo**. Porto: Porto Editora, 2004.

- BARBOSA, M. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- BARBOSA, R. **Comunicação nas Organizações**. Orientador: Homero Reis. 2007. Monografia (Graduação em Administração) – Centro Universitário de Brasília, UniCEUB. Brasília, 2007.
- BARBOSA, S.; MIELNICZUK, L. Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios. In: PALÁCIOS, M. (org.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**. Covilha: Labcom books, 2011.
- BARBOSA, S; *et al.* A atuação jornalística em plataformas móveis. In: **Brazilian Journalism Research**. vol. 9. n. 2, [s.l.], 2013, p. 10-29.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BARTLETT, J. **The People Vs Tech**: How the internet is killing democracy (and how we save it). Elbury Press, 2019.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BEZZON, L. Ideologia e Segurança Nacional: a utilização da televisão durante os governos militares no Brasil. In: BEZZON, L. (org.). **Comunicação, Política e Sociedade**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2005.
- BIGNETTI, L. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais**, Unisinos 47 (1). p. 3-14, jan./abr. 2011. DOI: 10.4013/csu.2011.47.1.01.
- BOBBIO, N. **Estado, Governo, Sociedade**: por uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. 14ª ed.
- BOBBIO, N; MATTEUCCI, N; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2010. 13ª ed.
- BORDENAVE, J. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- BRAGA, J. **Instituições & Midiatização** – um olhar comunicacional. In: FERREIRA, J; ROSA, A; NETO, A; BRAGA, J; GOMES, P. (org.). Entre o que se diz e o que se pensa – onde está a midiatização?. Santa Maria: FACOS – UFSM, 2018a.
- BRAGA, J. **Redes Sociais Digitais e Sistemas de Relações**. Artigo apresentado no II Seminário Internacional em Midiatização e Processos Sociais do Programa de Pós-graduação em Ciência da Comunicação, Mesa de Debates, Unisinos, 2018b.
- BRAGON, R.; MATTOSO, C. Dirigentes de empresas fazem doações e ajudam a eleger 53 parlamentares. In: **Folha de São Paulo**, 14 ou. 2018, 2h, Atualizado às 19h21. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/dirigentes-de-empresas-fazem-doacoes-e-ajudam-a-eleger-53-parlamentares.shtml> . Acesso em: 3 abr. 2020.
- BRANCO, P. Participação (verbetes). In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. **Glossário**, [S.l.], 2018.
- BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.) **Comunicação Pública**: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- BROWN, W. **Nas ruínas do Neoliberalismo**. Santos: Filosófica Politeia, 2019.

- BRUNO, F.; CARDOSO, B.; KANASHIRO, M.; GUILHON, L.; MELGAÇO, L. (org.). **Tecnopolíticas da Vigilância**: perspectivas da margem. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018.
- BUCCI, E. Caso Radiobrás: o compromisso com a verdade no jornalismo de uma empresa pública. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- BUENO, W. Comunicação, iniciativa privada e interesse público. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- CABRAL, F.; MUSSKOPF, I. **Serenata entra em nova fase. Nós também**. [S.l.], 28 ago. 2018. Disponível em: <https://medium.com/serenata/serenata-entra-em-nova-fase-n%C3%B3s-tamb%C3%A9m-6da385be216b>. Acesso em 24 mai. 2020.
- CÁDIMA, F. O (des)controle da Internet: bad bots, astroturfing e flogging. **Revista Brasileira de História da Mídia**. vol. 05, n. 02, jul.-dez. 2016.
- CADWALLADR, C.; GRAHAM-HARRISON, E. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The Guardian**. 17 mar. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acesso em 13 de mai. 2020.
- CALABRE, L. Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 31. 2003, p. 161-181.
- CANAVILHAS, J. 2014. A **reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web**. In Paula Requeijo Rey y Carmen Gaona Pisonero, *Contenidos innovadores en la Universidad Actual*, p. 119-129. Madrid: McGraw-Hill Education.
- CANAVILHAS, J. Jornalismo em Ambientes Multiplataforma: Diálogos Convergentes. [Entrevista cedida a] Juliana Colussi. **Âncora, Revista Latino-americana de Jornalismo**, ano. 3, vol.3, n.1, João Pessoa, jan.-jun, 2016. ISSN 2359-375X, p. 194-213.
- CASIMIRO, F. As classes dominantes e a nova direita no Brasil contemporâneo. In: SOLANO, E. (org.). **O ódio como política**. A reinvenção das direitas no Brasil. Boitempo, 2018.
- CASSINO, J. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In: SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. (org.). **A Sociedade de Controle**: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Majer. 17ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**. Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2013.
- CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Tradução: Joana Angélica d'Avilla Melo. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.
- CASTELLS, M.; ARDÈVOL, M.; QIU, J.; SEY, A. **Comunicación Móvil y Sociedad**. Una perspectiva global. Madrid: Ariel, Fundación Telefónica, 2007. Disponível em: <http://www.eumed.net/libros/2007c/312/indice.htm>. Acesso em: 19 nov. 2018.

CASTRO, A. **Comunicação Pública**: Guia de sobrevivência. Entrevistadora: Aline Castro. Entrevistado: João Paulo Borges. *Podcast*. [S.l.], 27 abr. 2020. Disponível em: Acesso em: 6 jul. 2020.

CATARSE. **Operação Serenata de Amor**. Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.catarse.me/serenata>. Acesso em: 3 jun. 2020.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO - Cetic.br. **Três em cada quatro brasileiros já utilizam a Internet, aponta pesquisa TIC Domicílios 2019**. São Paulo, 2020. Disponível em:

<https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domicilios-2019/#:~:text=%20Tr%C3%AAs%20em%20cada%20quatro%20brasileiros%20j%C3%A1%20utilizam,o%20N%C3%BAcleo%20de%20Informa%C3%A7%C3%A3o%20e%20Coordena%C3%A7%C3%A3o...%20More%20>. Acesso em: 25 mai. 2020.

COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS OF THE TREADWAY COMMISSION - COSO. **Controle Interno**: Estrutura Integrada. Tradução livre: PricewaterhouseCoopers. Brasil, mai. 2013. Disponível em: http://www.auditoria.mpu.mp.br/bases/legislacao/COSO-I-ICIF_2013_Sumario_Executivo.pdf. Acesso em 19 ago. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRANSPORTES, CNT. **143ª Pesquisa CNT/MDA**, 2019. Disponível em: <https://www.cnt.org.br/Imagens%20CNT/PDFs%20CNT/Pesquisa%20CNT%20MDA/Relatorio%20SINTESE%20-%20CNT%20FEV2019%20-%20R143%20-%20FINAL.pdf>. Acesso em: 25 out. 2019.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO - CGU. **CGU lança “robô” Cida para receber denúncias e reclamações via redes sociais**, [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.cgu.gov.br/noticias/2018/12/cgu-lanca-201crobo201d-cida-para-receber-denuncias-e-reclamacoes-via-redes-sociais>. Acesso em: 05 nov. 2019.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO – CGU. **Fala.BR**. [Brasília], c2017, Disponível em: <https://falabr.cgu.gov.br/publico/Manifestacao/SelecionarTipoManifestacao.aspx?ReturUrl=%2f>. Acesso em: 24 ago. 2020.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO – CGU. **Questionário**. [concedido à] Kárita Sena. 7 jul. 2020. Mensagem eletrônica.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO – CGU. **Relatório de Gestão 2019**. Brasília, DF, 2020.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO – CGU. **Site Institucional**. Brasília, c2020. Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br>. Acesso em: 24 ago. 2018.

CORREIO BRAZILIENSE. **Empresários esperam confirmação de agenda liberal no governo de Bolsonaro**. Brasília, 30 out. 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/10/30/internas_economia,716349/empresarios-esperam-confirmacao-de-agenda-liberal-no-governo-de-bolson.shtml. Acesso em: 24 mai. 2020.

COUTINHO, G. **A Era dos Smartphones**: Um estudo Exploratório sobre o uso dos Smartphones no Brasil. 2014. Orientador Edmundo B. Dantas. Monografia. (Curso de

Publicidade e Propaganda), Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília, Brasília, Unb, 2014.

CUNHA, R. **Design da Informação e Inovação em Produtos Jornalísticos para Tablets**. Labcom.IFP, UBI, Covilhã, 2017.

DAHLBERG, L. Net-Public Sphere Research: beyond the “first phase”. **The Public**, vol. 11, n. 1, Ljubljana, 2004. Disponível em: <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/citizenship-robson-dahlberg-2004a.pdf>. Acesso em: 03 jul 2019.

DAHLGREN, P. **The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation**, Political Communication, 22:2, p. 147-162, 2005. DOI: 10.1080/10584600590933160.

DALBEN, S. O uso de robôs no jornalismo brasileiro: três estudos de caso. In: **VI Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo**, Universidade Anhembi-Morumbi, 26 de junho a 29 de junho de 2019. São Paulo, 2019. Disponível em: https://www.abraji.org.br/seminario/PDF/6/SILVIA_DALBEN-O_uso_de_robos_no_jornalismo_brasileiro_tres_estudos_de_caso.pdf. Acesso em: 13 abr. 2020.

DANTAS, H. A renovação é uma tendência. In: **Um Brasil**. [S.l.]. 2018a. Disponível em: <http://umbrasil.com/noticias/a-renovacao-e-uma-tendencia-por-humberto-dantas/>. Acesso em 27 mar. 2020.

DANTAS, H. **Guia do Voto**: Para entender o processo eleitoral e votar de forma consciente. São Paulo: Essential Idea Editora, 2018b.

DANTAS, H. **Reforma da Previdência precisa ser aprovada no Plenário**, Avança Democracia. [S.l.]. 2019. Disponível em: <http://redevida.com.br/programacao/jornal-da-vida/videos/reforma-da-previdencia-precisa-ser-aprovada-no-plenario-avanca-democracia>. Acesso em 13 mai. 2020.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução: Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016. *E-book*.

DARDOT, P. LAVAL, C. **Comum**: ensaio sobre a revolução do século XXI. Tradução: Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2017. *E-book*.

DARNTON, R. **The True History of Fake News**. 2017. Disponível em: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 03 abr. 2018.

DOMINGUES-DA-SILVA, J.; BARROS, C. O Que Significa “Democratização da Comunicação”? Limites e possibilidades de enquadramentos teóricos a partir de modelos de democracia. In: **Revista Política Hoje**. v. 22, n. 1, Recife, 2013. ISSN: 0104-7094. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/3774>.

DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

- DUARTE, J. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, M. **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- DUARTE, J. **Comunicação Pública**. [S. l.]. [201-?]. Disponível em: <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2016.
- DUARTE, J. **Comunicação Pública**. In: SCHEID, D.; MACHADO, J.; MILANO, P. (org.). **Estrato de Verbetes: Dicionário de Comunicação Organizacional**. Santa Maria: Facos-UFSM, 2018.
- DUARTE, J.; VERAS, L. (org.). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- EMPINOTTI, M. **Taxonomia para classificação de aplicativos noticiosos para smartphones**: Um sistema baseado em funcionalidades e affordances. Orientador: Orientador: Prof. Dr. João Manuel Messias Canavilhas. 2020. Tese (Doutorado em Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade). Universidade da Beira Interior, Covilha, 2020.
- EMPINOTTI, M.; PAULINO, R. A nivelabilidade como funcionalidade em aplicativos jornalísticos para smartphones. In: 8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo. **Anais [...]**, 27 a 29 de setembro de 2017, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande, 2017.
- caESTEVEZ, J. **Internet e Democracia**: Estado e Sociedade Civil perante os novos desafios da comunicação política. *Media & Jornalismo*, (10), p. 33-42, 2007.
- EUROPEAN COMMISSION. **Architecture for public service chatbots**. Brussels, 2019. Disponível em: https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/news/2019-09/ISA2_Architecture%20for%20public%20service%20chatbots_0.pdf. Acesso em: 8 ago. 2020.
- FARIA, A. Imprensa e Interesse Público. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- FARO, J. A comunicação populista no Brasil: o DIP e a SECOM. In: MELO, J. **Populismo e Comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.
- FEENBERG, A. **Critical Theory of Technology**: An Overview. *Ail Oring Biotechnol Ogies* Vol. 1, Issue 1, Winter, 2005, pp: 47-64.
- FEENBERG, A. **Tecnologia, Modernidade e Democracia**. Organização e Tradução: Eduardo Beira. Lisboa: MIT Portugal, 2015.
- FEIJÓ, V.; GONÇALVES, B.; GOMEZ, L. **Heurística para Avaliação de Usabilidade em Interfaces de Aplicativos Smartphones**: Utilidade, Produtividade e Imersão. *Design & Tecnologia*, 06, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- FERRARI, I. **O Panóptico Digital**: como a tecnologia pode ser utilizada para aprimorar o controle da Administração Pública no Estado Democrático de Direito. p. 1-27, [s.l.], 2018.
- FGV. **30ª Pesquisa Anual do Uso de TI**. Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio

Vargas (FGV-EAESP). Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf. Acesso em: 25 out. 2019.

FILGUEIRAS, M. A Grande Fogueira, anais da Ditadura. In: **Revista Piauí**. 9 nov. 2017, 16h12, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/a-grande-fogueira/>. Acesso em: 26 jun. 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Muitos dos que hoje gritam calaram**. São Paulo, 03 abril de 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0304200103.htm>. Acesso em: 31 mar. 2020.

FONSECA JÚNIOR, W. In: DUARTE, J; BARROS, A (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 280-304.

FORBES. **The World's Most Valuable Brands**, 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>. Acesso em: 13 nov. 2018.

FRANCO, A. Notas sobre a educação feminina. In: **Revista literária e educativa dedicada a jovens brasileiras**. n.11. São Paulo, 28 fev. 1899.

FREITAS, J.; BALANIUK, R.; SILVA, A.; SILVEIRA, V. O ecossistema de dados abertos do governo federal: um estudo sobre a composição e desafios. **Ciências da Informação**, Brasília, DF, v.47 n.2, p.110-132, maio/ago. 2018.

FREITAS, S.; ZANINI, F. Lula e Serra deixam dívida da campanha a presidente. In: **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 nov. 2002. [On-line]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2711200228.htm>. Acesso em 17/04/2020.

GARELLI, F. Controle social. (verbete). In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1 ed., 1998. vol. 1. 674 p.

GETSCHKO, D. Demi Getschko: Um construtor da internet.[Entrevista cedida a] Marcos Oliveira. **Revista Fapesp**. 221. ed., São Paulo: Fapesp, jul. 2014. p. 24-31. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/2014/07/15/folheie-ed-221/>. Acesso em: 22 out. 2019.

GIDDENS, A. **As consequências da Modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GIL, P.; MATOS, H. Quem é o cidadão na comunicação pública?. In: MATOS, H. (org). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIOIELI, R. **Aposta na democracia**. 4 de dezembro de 2018. Disponível em: <http://www.institutovotorantim.org.br/aposta-na-democracia/>. Acesso em: 18 ago. 2020.

GODIN, B. **Innovation contested: the idea of innovation over the centuries**. New York: Routledge, 2015.

GOLDSTEIN, B.; DYSON, L. **Beyond Transparency: Open data and the future of Civic Innovation**. Code for America Press, San Francisco, CA, 2013. ISBN-13: 978-0615889085.

GOMES, W. **A democracia no mundo digital**: histórias, problemas e temas. Coleção Democracia Digital. São Paulo: Edições Sesc SP, 2018. *E-book*. ISBN 978-85-9493-105-4.

GOMES, W. 20 anos de política, estado e democracia digitais - uma “cartografia” do campo. In: SILVA, S.; BRAGATTO, R.; SAMPAIO, R. (org.). **Democracia digital, comunicação política e redes**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

GOMES, J.; SCHNEIDER, M.; BEZERRA, A. Aplicativos cívicos: apropriação de dados abertos governamentais pela sociedade. **Anais**. In: XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, Enancib, 22 a 26 de out. 2018, Londrina, 2018. p. 3153-3167.

GOMES, M. Brasil e suas raízes: evidências de controle social no interior de sua formação. In: **Revista Acadêmica Escola Superior do Ministério Público do Ceará**. Fortaleza, 2019. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/wp-content/uploads/2019/07/ARTIGO-7.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2020.

GORDON, E.; WALTER, S. Meaningful inefficiencies: Resisting the logic of technological efficiency in the design of civic systems. In: **The Playful Citizen: Civic Engagement in a Mediatized Culture**. Amsterdam University Press, 2019. p. 310-334. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/j.ctvcmxpds.21?seq=1#metadata_info_tab_contents. Acesso em: 6 mai. 2020.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HASWANI, M. Comunicação governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom**. Revista USP. Ano 3, nº 4, São Paulo, 1º sem. 2006.

HASWANI, M. Comunicação pública 360º graus e a garantia de direitos. In: KUNSCH, M. **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

HASWANI, M. **Comunicação Pública**: bases e abrangências. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

HJARVARD, S. **Midiatização**: conceituando a mudança social e cultural. In: Matrizes. v. 8., nº 1. São Paulo, jan./jun, 2014. p. 21-44.

HOBBSBAWM, E. **Era dos Extremos, a breve história do século XX**: 1914-1991. ISBN: 978-85-438-0112-4. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, 2. ed.,. *E-book*. 865 p.

INSTITUTO VOTORANTIM. **Estratégia de Atuação social**: guia de planejamento, São Paulo, 2016.

INSTITUTO VOTORANTIM. **Guia de Investimento social externo 2013**. São Paulo, 2012.

INSTITUTO VOTORANTIM, **Relatório de Atividades**. São Paulo, 2018.

INSTITUTO VOTORANTIM. **Site Institucional**. São Paulo, c2020. Disponível em: <http://www.institutovotorantim.org.br/>. Acesso em: 3 ago. 2020.

ITO, L; VENTURA, M. A reportagem multimídia interativa: inovação, produção e monetização. **Brazilian Journalism Research**, SBPJor, volume 12, n. 3, 2016. ISSN: 1981-9854.

- ITO, L. A **(R)Evolução da reportagem, Estudo do ciclo da reportagem hipermídia:** da produção às respostas sociais. Orientador: Mauro de Souza Ventura. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2018.
- JAMBEIRO, O., *et al.* **Tempos de Vargas:** o rádio e o controle da informação [online]. Salvador: EDUFBA, 2004. 191 p. ISBN 978-85-232-1241-4. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/3yd/pdf/jambeiro-9788523212414.pdf> . Acesso em: 17 abr. 2019.
- JARAMILLO LÓPEZ, J. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: KUNSCH, M. **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- JARAMILLO LÓPEZ, J. Propuesta general de Comunicación Pública. In: **Strategy & Management Business Review**. vol.3(2), p. 1-17. Boulder, 2012. ISSN: 0718-8714.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JORNAL DO BRASIL. **Próximo presidente terá o desafio de unificar o País diz presidente da Votorantim**. Rio de Janeiro, 7 out. 2018. Disponível em: https://www.jb.com.br/pais/eleicoes_2018/2018/10/945205-proximo-presidente-tera-o-desafio-de-unificar-o-pais-diz-presidente-da-votorantim.html. Acesso em 10 mai. 2020.
- KLENK, L. 2017. **Além das capivaras:** Análise da oferta de conteúdo na página da Prefeitura de Curitiba no *Facebook*. Orientadora: Profa. Dra. Kelly Prudêncio. 2017. Dissertação. (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/48972/R%20-%20D%20-%20LENISE%20AUBRIFT%20KLENK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- KNIESS, A. **Comunicação pública e transparência governamental em redes sociais digitais:** o caso da Controladoria-Geral da União (CGU). Orientador: Francisco Paulo Jamil Almeida Marques. 2019. Dissertação. (Mestrado em Ciência Política) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2019.
- KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012a. 411 p.
- KOÇOUSKI, M. **A Comunicação pública face ao dever estatal de informar.** Pra não dizer que não falei das flores: estudo de caso do Incra-SP. Orientador: Eugênio Bucci. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. São Paulo, 2012b.
- KUNSCH, M. (org.). Comunicação pública a serviço da sociedade e do cidadão. In: KUNSCH, M. **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- KUNSCH, M. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 411
- LEÃO, L. **O Labirinto da hipermídia:** arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.

- LEFEBVRE, G. **Welcome to a new era of bots!**. [S.l.], 2017. Disponível em: <https://worldline.com/en/home/blog/2017/december/welcome-to-a-new-era-of-bots.html>. Acesso em 20 ago. 2020.
- LEITE, R. Guia do Voto, In: INSTITUTO VOTORANTIM, **Relatório de Atividades 2018**. [S.l.], 2018.
- LEMOS, A. Cultura da Mobilidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 40, Dezembro de 2009, Quadrimestral.
- LEMOS, A. Os sentidos da Tecnologia: Cibercultura e Ciberdemocracia. In: LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet**. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010. ISBN: 978-85-349-3181-6.
- LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet**. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010. ISBN: 978-85-349-3181-6.
- LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**: o futuro do pensamento na Era da Informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Ed. 34, São Paulo: Ed. 34, 1999. 272 p.
- LÉVY, P. **Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio**. Tradução: Felino Martínez Alvarez. Washington: Organización Panamericana de la Salud, 2004.
- LÉVY, P. A mutação inacabada da esfera pública, Prefácio. In: LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet**. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, P. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: **Revista Famecos**, n. 9. Porto Alegre, 1998.
- LIEDTKE, P.; CURTINOVI, J. **Comunicação pública no Brasil**: passado, presente e futuro, Comunicação Pública [On-line], vol. 11, nº 20, 2016. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/1171>; DOI: 10.4000/cp.1171.
- LIMA, C. **Aplicativos móveis de interesse público**: limites e possibilidades para a cidadania no Brasil. Orientadora: Nelia Rodrigues Del Bianco. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Brasília, UnB, 2017.
- LIMA, M. **Quem é a Tencent**, a discreta gigante de tecnologia da China?. Outubro de 2018. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,quem-e-a-tencent-a-discreta-gigante-de-tecnologia-da-china,70002546073>. Acesso em: 15 out. 2018.
- LIMA, V. Comunicação e Política. In: **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. Duarte, J. (org.). São Paulo, Atlas, 2007.
- LOPEZ, D. Mutações da narrativa radiofônica em dispositivos móveis digitais: funcionalidades e potencialidades como determinantes na construção da notícia. In: : CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (org.). **Jornalismo para dispositivos móveis produção, distribuição e consumo**. Covilã: UBI Labcom, 2015.
- LOUREIRO, M; ABRUCI, O, F.; OLIVIERI, C.; TEIXEIRA, M. Do Controle Interno ao Controle Social: a múltipla atuação da CGU na democracia brasileira. In: **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, v. 17, n. 60, jan.-jun., São Paulo, 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/267393001_Do_Control_Interno_ao_Control_e_Social_A_Multipla_Atuaacao_da_CGU_na_Democracia_Brasileira. Acesso em: 18 jun. 2020.

LUBENOW, J. A esfera pública 50 anos depois: esfera pública e meios de comunicação em Jürgen Habermas em homenagem aos 50 anos de mudança estrutural da esfera pública. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 35, n. 3, p. 189-220, Set./Dez., 2012.

LUVIZOTTO, C. **As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia** [On-line]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 140 p. ISBN 978-85-7983-088-4.

LUVIZOTTO, C; SENA, K; Comunicación Pública y Redes Sociales - Una convergencia necesaria. **Razón y Palabra**. Reputación, Transparencia y Nuevas Tecnologías. vol.22, Julio-Septiembre 2018. ISSN: 1605-4806. p. 77-95. Disponível em: <https://docplayer.com.br/112506147-Razon-y-palabra-primer-revista-electronica-en-iberoamerica-especializada-en-comunicacion.html>

MACBRIDE, S. **Many voices, one world**. Towards a new more just and more efficient world information and communication order. Paris: Unesco, 1980. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000040066>

MAIA, R. Em busca do interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

MAINIERI, T.; RIBEIRO, E. **A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania**: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. ORGANICOM. Ano 8, n. 14, 1 semestre de 2011.

MARCONDES FILHO, C. (org.). **Dicionário da Comunicação**. 2ª edição. São Paulo, Paulus: 2009. *E-book*.

MARCUSCHI, Luís A. O Hipertexto como um novo espaço de escrita na sala de aula. In: **Linguagem & Ensino**, vol. 4, n.1, 2001.

MARQUES, A.; MAFRA, R.; MARTINO, L. Um outro olhar sobre a comunicação pública: a constituição discursiva de sujeitos políticos no âmbito das organizações. **Revista Dispositiva**, Objetos técnicos, v. 6, nº 9, PUC Minas, 2017.

MARSHALL, T. Cidadania e classe social. In: **Cidadania, Classe social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTINO, L. **Teoria da Comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. *E-book*.

MARTINS, E. Marcas da interatividade no jornalismo em dispositivos móveis: um estudo sobre os apps para tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (org.). **Jornalismo para dispositivos móveis produção, distribuição e consumo**. Covilhã: UBI Labcom, 2015.

MARTINS, G.; OLIVEIRA, E. A informação jornalística na ponta dos dedos: o ciberjornalismo e a leitura touchscreen. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (org.). **Jornalismo para dispositivos móveis produção, distribuição e consumo**. Covilhã: UBI Labcom, 2015.

MASIP, P.; MICÓ, J.; TEIXEIRA, T; Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios. In: PALÁCIOS, M. (org.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**. Covilhã: Labcom books, 2011.

MATOS, H. Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo. **Libero**, São Paulo, v. 2, n. 3/4, p. 33-37, 1999.

- MATOS, H. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, J. (org). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2007.
- MATOS, H. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom e do IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação. **Anais [...]**. Curitiba, 3 e 4 de set. 2009.
- MATOS, H. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. (org). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- MATOS, H. (org.). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 1ª ed., 2012. *E-book*.
- MATOS, H. (org.). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2ª ed., 2013. *E-book*.
- MATOS, H. GIL, P. Alternativas ao conceito e à prática da comunicação pública. **Revista Eptic On-line**. vol.15, n.2, mai-ago., 2013. p.12-27.
- MATSUUCHI DUARTE, M. Comunicação e Cidadania. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- MATTELART, A. **História da utopia planetária**. Porto Alegre: Sulina, 2002. 432 p.
- MATTOS, S. **Mídia controlada**: a história da censura no Brasil e no mundo. São Paulo: Paulus (2005). ISBN: 85-349-2407-4.
- MCQUAIL, D. **Atuação da Mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012. 352 p.
- MEJÍAS, U.; COULDRY, N. Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. In: **Virtualis**, 10 (18), p. 78-97, 2019. ISSN 2007-2678.
- MESO, K. *et al.* Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios. In: PALÁCIOS, M. (org.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**. Covilha: Labcom books, 2011.
- MIAN, M. Existe resistência nas sociedades de controle? A reação social diante da apropriação da rede pela lógica do capital. SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. (org). **A Sociedade de Controle**: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.
- MIÈGE, B. 2018. O pensamento comunicacional na contemporaneidade. In: **Líbero**, v. 12, n. 23, p. 9-18, São Paulo, jun. de 2009.
- MIRANDA, J. O papel de uma empresa cidadã. In: DANTAS, H. **Guia do Voto**: Para entender o processo eleitoral e votar de forma consciente. São Paulo: Essencial Idea Editora, 2018.
- MIRANDA, J. Democracia e o ambiente de negócios. In: **Folha de São Paulo**. Seção Opinião. 19 mar. 2020. 1h. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/03/democracia-e-o-ambiente-de-negocios.shtml>. Acesso em: 25 mai. 2020.

- MONEY REPORT. **Presidente da Votorantim pede tranquilidade aos empresários.** 19 mai. 2019. [S.l.]. Disponível em: <https://www.moneyreport.com.br/economia/presidente-da-votorantim-pede-tranquilidade-aos-empresarios/>. Acesso em: 15 mai. 2020.
- MONTEIRO, G. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público.** São Paulo: Atlas, 2007.
- MORÁN, J. A comunicação populista: populismo, totalitarismo e políticas de comunicação: o referencial nazi-fascista. In: MELO, J. (org.). **Populismo e Comunicação.** São Paulo: Cortez, 1981.
- MOTA, A; DANTAS, J. Avaliação da efetividade do Controle Interno pelas percepções da própria Administração e da Controladoria-Geral da União (CGU): O caso do Ministério da Saúde. In: **Revista da CGU**, Presidência da República, Semestral. Disponível em: https://repositorio.cgu.gov.br/bitstream/1/34388/7/V7.n11_Avalia%c3%a7%c3%a3o.pdf
- MOUNK, Y. **O povo contra a democracia:** por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. Tradução: Cássio de Arantes Leite e Débora Landsberg. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- MUDAMOS. **Site Institucional.** [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.mudamos.org/>. Acesso em: 24 set. 2019.
- MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation.** Social Innovator Series: Ways to Design, Develop and Grow Social Innovation. NESTA, 2010.
- NASCIMENTO, L. **Processos e práticas de comunicação em empresas públicas da esfera federal: análise das redes sociais digitais.** Orientadora: Maria Aparecida Ferrari. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes de São Paulo. São Paulo, USP, 2014.
- NASCIMENTO, L. Comunicação pública nas Redes sociais digitais. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas.** 1. ed., São Paulo: ECA/USP, 2012.
- NASCIMENTO, L. Comunicação pública no *Twitter*. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas.** 2. ed., São Paulo: ECA/USP, 2013.
- NOHARA, I.; COLOMBRO, B. **Tecnologias cívicas na interface entre direito e inteligência artificial:** Operação Serenata de Amor para gostosuras ou travessuras?. In: A&C – R. de Dir. Adm. Const. Belo Horizonte, ano 19, n. 76, p. 83-103, abr./jun. 2019. DOI: 10.21056/aec.v19i76.1100. Disponível em: <http://www.revistaaec.com/index.php/revistaaec/article/view/1100/807>. Acesso em: 25 mar. 2020.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. **Um empresário que não gostava de luxo nem de férias.** 25 Ago. 2014. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,um-empresario-que-nao-gostava-de-luxo-e-nem-de-ferias,1549162>. Acesso em 16 jun. 2020.

OLIVEIRA, C. **O uso de Inteligência Artificial para Controle Social da Administração Pública: Uma Análise da Operação Serenata de Amor**. 2018. Orientador: Prof. Dr. Thiago de Sousa Santos. Monografia (Especialista em Gestão Pública) – Pós-Graduação em Gestão Pública, Universidade Federal de São João del-Rei, Paraisópolis, MG, 2018.

OLIVEIRA, M. (org.). **Comunicação Pública**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004a.

OLIVEIRA, M. Comunicação Pública e os setores não-estatais. In: OLIVEIRA, M. (org.). **Comunicação Pública**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004b.

OLIVEIRA, S. Espectro aberto e mobilidade para a inclusão digital no Brasil. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (org.). **Comunicação e mobilidade aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009. 156 p.

OLIVEIRA, T. Comunicação Pública (verbete). In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. **Glossário**, [S.l.], 2018.

OPEN KNOWLEDGE BRASIL – OKBR, **Site Institucional OKBR**. [S.l.], 2020a. Disponível em: <https://www.ok.org.br/sobre/>. Acesso em: 24 ago. 2020.

OPEN KNOWLEDGE BRASIL – OKBR, **Relatório Anual 2018**. [S.l.], 2018.

OPEN KNOWLEDGE BRASIL – OKBR. **Questionário**. [concedido à] Kárita Sena. 9 jun. 2020b. Mensagem eletrônica.

OPEN KNOWLEDGE FOUNDATION – OKFN. **Site Institucional OKFN**. London, 2020. Disponível em: <https://okfn.org/>. Acesso em: 15 mai. 2020.

OPERAÇÃO SERENATA DE AMOR, **Site Institucional**. [S.l.], 2020. Disponível em: <https://serenata.ai/>. Acesso em 24. ago. 2020.

ORWELL, G. **1984**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PALÁCIOS, M. O mundo no bolso e o contexto na palma da mão (Prefácio). In: BARBOSA, S.; MIELNICZUK, L. (org.). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilha, Labcom, 2013.

PALÁCIOS, M. RIBAS, B. Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios. In: PALÁCIOS, M. (org.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo**. Covilha: Labcom books, 2011.

PALÁCIOS, M. CUNHA, R. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. **Contemporânea**, Revista de Comunicação e Cultura, v.10, n.03, set-dez 2012, p. 668-685. ISSN: 18099386. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6575>. Acesso em: 24 jun. 2020.

PALÁCIOS, M.; BARBOSA, S.; FIRMINO DA SILVA, F.; DA CUNHA, R. Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilha: Livros LabCom, 2015. p. 7–43.

PANTOJA, S. **Jose Ermirio de Moraes**, Biografia. Centro de Pesquisas e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Fundação Getúlio Vargas, c2009. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpd/doc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/jose-ermirio-de-moraes>. Acesso em 17 abr. 2020.

PARADA, M. Estados Autoritários e Meios de Comunicação de Massa: Itália, Portugal e Alemanha – 1922/1939. In: CARDOSO, A.; HERSCHMANN, M. (org).

Comunicação e História: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X: Globo Universidade, 2008. IBSN: 978-85-7478-278-2. (p. 205-218).

PASTORE, J. **Antônio Ermírio de Moraes: memórias de um diário confidencial.** São Paulo: Planeta, 2013.

PEDRETTI, L. **Bailes soul, ditadura e violência nos subúrbios cariocas na década de 1970.** Orientadora: Larissa Rosa Corrêa. 2018. Dissertação. (Mestrado em História) - Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura, Centro de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

PELLANDA, E. **Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações.** Em Questão, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 89-98, jan./jun, 2009a.

PELLANDA, E. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (org.). **Comunicação e mobilidade aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2009b. 156 p.

PEREIRA JUNIOR, C. **Tecnologias cívicas e inovação social digital: desafios para o design nos novos territórios da participação cidadã.** Orientadora: Rejane Spitz. 2017. Tese (Doutorado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica, PUC Rio, Rio de Janeiro, 2017.

PERLATTO, F. Seletividade da esfera pública e esferas públicas subalternas: disputas e possibilidades na modernização brasileira. **Revista Sociologia e Política.**, v. 23, n. 53, p. 121-145, mar. 2015. DOI 10.1590/1678-987315235307.

PERUZZO, C. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, M. (org.). **Comunicação Pública.** Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

PERUZZOTTI, E.; SMULOVITZ, C. **Accountability social: la otra cara del control. Controlando la política.** Ciudadanos y medios en las nuevas democracias latinoamericanas, p. 23-85, Editorial Temas, 2002. [s.l.]Disponível em: <https://cidadhania.files.wordpress.com/2013/06/controlando-la-polc3adtica.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2020.

PINTO, M.; AQUINO, E.; RONDON, T.; MORAES JUNIOR, C. A. de; KOGAN, A. **Desinformação em eleições: desequilíbrios acelerados pelas tecnologias.** São Paulo, 2018. Disponível em: <https://tecnologiaequidade.org.br/projetos/desinformacao-em-eleicoes/>. Acesso em: 9 nov. 2018.

PLONSKI, G. Inovação em transformação. **Estudos Avançados.** vol.31. no.90. São Paulo, mai./ago. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142017000200007#aff01. Acesso em: 08 set. 2019.

POZOBON, R. Comunicação, política e democracia: novas configurações em um espaço público midiaticado. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania.** 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional.** Orientadoras: Dra. Margarete Axt e Dra. Lea da Cruz Fagundes. 2003. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Informática na Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003.

QUADROS, C.; RASÊRA, m.; MOSCHETTA, A. Jornalismo para tecnologias móveis: o consumo entre jovens. In: BARBOSA, S.; MIELNICZUK, L. (org.). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: UBI Labcom, 2013.

QUARTZ. **Millions of Facebook users have no idea they're using the internet**, 2015. Disponível em: <https://qz.com/333313/millions-of-Facebook-users-have-no-idea-theyre-using-the-internet/>. Acesso em: 01 nov. 2019.

RAMONET, I. **El Imperio de la Vigilancia**. Nadie esta a salvo de la red global de espionaje. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2016.

RANCIÈRE, J. **Ainda se pode falar de democracia?** Trad. V. Brito, ed. J. F. Figueira e V. Silva. 1ª ed. KKYM, 2014. *E-book*.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, R.; GRUZD, A. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no *Twitter*. **Galaxia**. ISSN 1982-2553, n. 41, mai-ago., p. 31-47. São Paulo, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>.

REIS, S. Evolução do Controle Interno no Poder Executivo Federal Brasileiro: um panorama de suas transformações institucionais e de suas tensões constitutivas. In: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Boletim de Análise Político-Institucional. Brasília**. [S.l.]. Ipea, 2017.

RHODIA Solvay Group. **Portas Abertas, um novo modelo de relacionamento**. On-line. [S.l.], c2018. Disponível em: <https://www.rhodia.com.br/pt/company/sobre-o-grupo/a-rhodia-no-brasil/historia/index.html>

RIBEIRO, G. **O “Infocalipse” vem aí**. São Paulo, mai. 2018. Disponível em: <https://www.uol/noticias/especiais/ele-previu-o-apocalipse-das-noticias-falsas.htm#o-infocalipse-vem-ai>. Acesso em: 12 jun. 2018.

ROLANDO, S. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

ROST, A. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHA, J. **Webjornalismo**. Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – Bocc. Covilhã: Universidade Beira Interior, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhasjoaowebjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2020.

ROTHBERG, D; LIBERATO, F. Cidadania, Comunicação Pública e portais eletrônicos de governo. In: ROTHBERG, D. (org.). **Políticas e gestão da comunicação no Brasil contemporâneo**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

ROTHBERG, D.; VALENÇA, A. Comunicação pública para cidadania no avanço das redes sociais oficiais. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. v. 13. n. 26. Animus, 2014.

SÁ, S. O jornalismo televisivo e os dispositivos móveis: o aumento das imagens amadoras. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015. p. 363–380.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Webjornalismo**. Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.

Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – Bocc. Covilha: Universidade Beira Interior, 2006. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhasjoaowebjornalismo-piramide-invertida.pdf>.

Acesso em: 4 jul. 2020.

SALLES, S. Interesse público (verbetes). In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. **Glossário**, [S.l.], 2018.

SANTOS, J. **A Comunicação Interna como Ferramenta Estratégica de Relações Públicas**. Orientadora: Lutiana Casaroli. 2013. Monografia (Graduado em Relações Públicas) - Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2013. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/4314/5/TCCG-Rela%C3%A7%C3%B5es%20P%C3%BAblicas-Josiane%20Aparecida%20Leal%20Santos.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2020.

SANTOS, J.; HARMATA, F. Análise de Caso da Prefeitura de Curitiba: a relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. In: XVIII Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. **Anais** [...]. Bauru, SP, 3 a 5 jul. 2013. Disponível em: <https://www.wegov.net.br/wp-content/uploads/2015/03/Artigo-An%C3%A1lise-de-Caso-da-Prefs.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2020.

SCHERER-WARREN, I. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 21, n.1, p. 109-130, jan./abr. 2006.

SCOTT, J. Formas cotidianas da resistência camponesa. **Raízes**, Vol. 21, nº. 01. Jan-Jun, 2002.

SENA, K. **Comunicação sem fronteiras, o blog sob a perspectiva dos gêneros textuais**. Orientador: Maria Fernanda Borges Daniel. 2011. Dissertação. (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2011.

SENA, K. Redes Sociais e Comunicação Pública na Sociedade Digital – Intersecções possíveis para democratização da informação. 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo. **Anais** [...]. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2016.

SENA, K; LUVIZOTTO, C. Midiatização e Sociedade Digital – A emancipação do receptor-cidadão. In: 8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo – Ciberjor8, de 27 a 29 de set. de 2017, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. **Anais** [...]. Campo Grande, 2017. Disponível em: http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor8/files/2017/08/SENAeLUVIZOTTO_Mediatiza%C3%A7%C3%A3o-e-Sociedade-Digital-a-emancipa%C3%A7%C3%A3o-do-receptor-cidad%C3%A3o-Ciberjor8.pdf. Acesso em: 27 jul. 2020.

SENA, K; LUVIZOTTO, C. Desinformação e Contra-Narrativas no período pré-eleitoral: uma análise do fact-checking nas campanhas para Presidência do Brasil em 2018. Compolítica 2019. **Anais** [...]. Brasília: Universidade de Brasília, 2019. Disponível em: http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_Sena_Luvizotto.pdf. Acesso em: 4 out. 2019.

SILVA, A. **Dados Governamentais Abertos à luz da accountability: Um estudo da Operação Serenata de Amor**. Orientadora: Graziela Dias Teixeira. 2018. Monografia (Graduação em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília. Brasília, 2018. Disponível em:

- VERAS, T. **O nexa entre aprendizagem e comunicação na construção de culturas de inovação em micro e pequenas empresas**. Orientadora: Maria Eugênia Porém. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2016.
- VIDAL, D. O que as organizações privadas fazem pelo social é de interesse público. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- VILANOVA, P. **Rosie no Twitter: o momento mais transparente de um projeto sobre transparência**, 12 mai. de 2017, [s.l.], 2017a. Disponível em: <https://medium.com/data-science-brigade/rosie-no-Twitter-o-momento-mais-transparente-deum-projeto-sobre-transpar%C3%Aancia-13d54cac9ea4>. Acesso em 28 jul. 2018.
- VILANOVA, P. **Convertendo suspeitas em dinheiro devolvido: como são as denúncias da Operação Serenata de Amor**, 30 jun. de 2017, [S.l.], 2017b. Disponível em: <https://medium.com/data-science-brigade/convertendo-suspeitas-em-dinheiro-devolvido-como-s%C3%A3o-as-den%C3%Bancias-da-opera%C3%A7%C3%A3o-serenata-de-amor-34fe8425631e>. Acesso em: 28 jul. 2018.
- VOTORANTIM. **Documento dos Oito**. In: Votorantim100. [S.l.], c2017. Disponível em: <https://www.votorantim100.com/noticia/a-integra-do-documento-dos-oito>. Acesso em 7 mar. 2020.
- VOTORANTIM. **Linha do Tempo**. In: Memória Votorantim. [S.l.], c2019. Disponível em: <https://www.memoriavotorantim.com/linha-do-tempo/>. Acesso em 23 mar. 2020.
- VOTORANTIM. **Site Institucional**. São Paulo, c2020. Disponível em: <https://www.votorantim.com.br/>. Acesso em 24. ago. 2020.
- VOTORANTIM. **Guia do Voto**. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://guiadovoto.org.br/Home>. Acesso em: 24 ago. 2020.
- VOTORANTIM. **Código de Conduta**. [S.l.], c2020. Disponível em: https://www.votorantim.com.br/assets/public/files/codigo_de_conduta_votorantim_portugues.pdf. Acesso em 24 jun. 2020.
- VOTORANTIM. **Relatório Anual 2019**. [S.l.], 2020.
- XAVIER, L.; DEZOUZART, E.; BASTOS, M. Antônio Ermírio de Moraes (verbete). In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV. **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC**. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/morais-antonio-ermirio-de>. Acesso em: 11 jul. 2020.
- WALLIN, C. **Um país sem excelências e mordomias**. 2ª ed. [S.l.]. W Editora, 2017. *E-book*.
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe report**. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>. Tradução: Ângela Pimenta.
- WEBER, M. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

- WIKIN, Y. **A nova comunicação**: Da teoria ao trabalho de campo. [tradução Roberto Leal Ferreira]. Campinas, SP: Papirus, 1998.
- YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Trad. Ama Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. ISBN: 978-85-7780-655-3.
- ZANETTI, D. A cultura do compartilhamento e a reprodutibilidade dos conteúdos. In: **Ciberlegenda**. Tecnologias digitais, redefinições do espaço e novas territorialidades. n. 25, 2011.
- ZÉMOR, P. **La Communication Publique – Que sais-je?**. Tradução resumida: Prof. Dra. Elizabeth Brandão Edição 4. São Paulo: Editora PUF, 2008.
- ZÉMOR, P. Como anda a comunicação pública? **Revista do Serviço Público**, 60 (2), Brasília, abr.-jun. 2009. p.189-195.
- ZMOGINSKI, F. **Em transformação, "Google chinês" quer vencer o Google mais uma vez**. Agosto de 2018. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2018/08/12/perfil-baidu.html>
- ZUBOFF, S. Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. In: **Journal of Information Technology**. 30 (1), p. 75–89, [s.l.]2015.
- ZUBOFF, S. **The Age of Surveillance Capitalism**: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. PublicAffairs, 2019, 704 p.
- ZUCOLOTO, V. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. Porto Alegre: UFRGS, 2010 [Tese de Doutorado].

BANCA EXAMINADORA

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena

Tese: Comunicação Pública e Redes Digitais – atores, técnicas e políticas

Área de Concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Gestão e Políticas de Informação e da Comunicação Midiática

Banca Examinadora

Presidenta/Orientadora: Professora Dr.^a Caroline Kraus Luvizotto

PPG Comunicação – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

(Unesp/Bauru)

Professor Associado Carlo José Napolitano

PPG Comunicação – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

(Unesp/Bauru)

Professora Associada Maria Teresa Miceli Kerbauy

PPG Comunicação – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

(Unesp/Bauru)

Professor Dr. Juliano Domingues da Silva

PPG Indústrias Criativas – Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)

Professor Dr. Luiz Carlos Pinto da Costa Júnior

PPG Indústrias Criativas – Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)

Resultado: APROVADA.

Bauru, 5 de outubro de 2020.