

# Ciências da Comunicação 3

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)



**Atena**  
Editora

Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)

## Ciências da Comunicação 3

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação 3 [recurso eletrônico] / Organizadora  
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa  
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-206-7

DOI 10.22533/at.ed.067192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.  
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu  
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

O terceiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 25 artigos que retratam as transformações proporcionadas pela internet e as formas como se estabelecem a comunicação e os relacionamentos no mundo social.

Os autores abordam a interação simbólica na era digital, o uso das plataformas online pelas empresas, o jornalismo impresso frente à internet e os novos fluxos informativos. Os artigos refletem sobre a sociabilidade nas redes sociais, a formação de identidade e a sensação de pertencimento dos usuários. As pesquisas também revelam as mudanças na forma de armazenamento de informações e arquivamento fotográfico, o alcance das mensagens no ambiente online e o uso das novas plataformas digitais pelas organizações.

No segundo núcleo temático, os artigos são voltados à educação, com discussões relevantes sobre as práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e informação (TDIC) e a necessária qualificação dos docentes. Os pesquisadores também trazem discussões sobre a utilização das mídias digitais no processo de ensino-aprendizagem e apresentam relatos de experiências educolaborativas.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
CRÍTICAS À EPISTEMOLOGIA MODERNA PELO VIÉS DA TEORIA CRÍTICA E DA TEORIA ATOR-REDE	
Tarcísio de Sá Cardoso	
DOI 10.22533/at.ed.0671925031	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
ÉTICA E COMUNICAÇÃO DO INDIVÍDUO NA PÓS-MODERNIDADE	
Gabriela Queiroz Melo	
Sandra Maria Rocha de Carvalho	
Diego Frank Marques Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.0671925032	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>23</b>
GISELA SWETLANA ORTRIWANO E AS CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO: REFLEXÕES EM TEMPO DE INTERNET	
Lourival da Cruz Galvão Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.0671925033	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>35</b>
A INTERAÇÃO SIMBÓLICA NA ERA DIGITAL: ENTENDENDO REDES SOCIAIS COM PEIRCE E BLUMER	
Jorge Antonio de Moraes Abrão	
Anderson Vinicius Romanini	
DOI 10.22533/at.ed.0671925034	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>47</b>
TECNOLOGIA SOCIÁVEL EM RELAÇÕES PÚBLICAS: CASO MAGAZINE LUIZA	
Taisa Sanitá Selis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925035	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>57</b>
O JORNALISMO IMPRESSO FRENTE À INTERNET: IMPLICAÇÕES NA DECODIFICAÇÃO DE UM NOVO GÊNERO	
Mirian Martins da Motta Magalhães	
Fabiana Crispino dos Santos	
Elaine Vidal Oliveira	
Marcio Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.0671925036	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>70</b>
JORNALISMO E DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES SOCIAIS	
Caroline Pignaton	
Ruth Reis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925037	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>81</b>
O JORNALISMO DIANTE DOS NOVOS FLUXOS INFORMATIVOS: PRINCÍPIO EDITORIAS DO GRUPO GLOBO E A GRAMÁTICA DE PRODUÇÃO NOTICIOSA	
Milton Julio Faccin	
DOI 10.22533/at.ed.0671925038	

<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>93</b>
OS TELEJORNALISTAS E O APLICATIVO WHATSAPP NA ROTINA PRODUTIVA DAS REDAÇÕES	
Mozarth Dias de Almeida Miranda	
Sérgio Arruda de Moura	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
Victor Tomazinho Bartolazzi	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0671925039</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>107</b>
VEM VER O SEMIÁRIDO: A PRÁTICA INTERDISCIPLINAR DE PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NO CURSO DE JORNALISMO	
Mayara Sousa Ferreira	
Ruthy Manuella de Brito Costa	
Lana Krisna de Carvalho Morais	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250310</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>121</b>
REDES SOCIAIS DA INTERNET: IDENTIDADE, PERTENCIMENTO E SOCIABILIDADE	
Catarina Carneiro de Andrade Lima	
Silas Nogueira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250311</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>134</b>
MEMÓRIA MÓVEL: ARQUIVOS FOTOGRÁFICOS NA ERA DIGITAL	
Kety Luzia de Amorim Marinho	
Aline Maria Grego Lins	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250312</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>145</b>
DIVERSIDADE DE CORPOS: O CORPO GORDO ATRAVÉS DAS ARTES, REDES SOCIAIS E O MOVIMENTO PLUS SIZE	
Patricia Assuf Nechar	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250313</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>158</b>
TRABALHO GRATUITO NAS REDES: OS USUÁRIOS A SERVIÇO DO CAPITAL	
Guilherme Bernardi	
Manoel Dourado Bastos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250314</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>168</b>
ALCANCE DE POSTS NO TWITTER: EVIDENCIANDO A DIFERENÇA ENTRE AUDIÊNCIA POTENCIAL E IMPRESSÕES DE MENSAGENS A PARTIR DE UM EXPERIMENTO	
Caio Cesar Giannini Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250315</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>182</b>
O USO DO INSTAGRAM STORIES PELAS ORGANIZAÇÕES: UMA ANÁLISE DOS PERFIS DAS CASAS NOTURNAS MARGOT E SINNERS	
Amanda Paloschi Bueno	
Vanessa Hauser	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250316</b>	

<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>196</b>
MÍDIAS SOCIAIS E CIBERDEMOCRACIA: UMA ANÁLISE DO FACEBOOK DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA	
Emanuelle Tronco Bueno Renata Patrícia Corrêa Coutinho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250317</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>208</b>
MÍDIAS SOCIAIS E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: REFLEXÕES SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES CIENTÍFICAS E SOCIAIS DA DICIPA PARA A UNIPAMPA	
Franceli Couto Jorge	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250318</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>222</b>
PRÁTICAS APOIADAS EM TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO (TDIC) NA EDUCAÇÃO BÁSICA: PERSPECTIVA EDUCOMUNICATIVA	
Gláucia Silva Bierwagen	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250319</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>238</b>
EDUCOMUNICAÇÃO AMBIENTAL: DOCUMENTÁRIO TELEVISIVO COMO FERRAMENTA DE ENSINO NAS ESCOLAS PÚBLICAS DE MACAPÁ	
Laiza Monik de Oliveira Mangas Beatriz de Paula Moura Ribeiro Paulo Vitor Giraldi Pires	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250320</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>250</b>
O ENSINO HÍBRIDO ( <i>BLENDED LEARNING</i> ) COMO METODOLOGIA NA EDUCAÇÃO ATUAL: O CASO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO NORTE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	
Ana Elisa Pillon Leila Regina Techio Maria José Baldessar	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250321</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>261</b>
FORMAÇÃO DE DOCENTES PARA O USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC): A TRAJETÓRIA DO NACE ESCOLA DO FUTURO – USP E A EXPERIÊNCIA DO ESPAÇO INVENTANDO FUTUROS	
Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250322</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>274</b>
USO DE MÍDIAS SOCIAIS NO ENSINO SUPERIOR	
Geovani Laurindo Filho Ana Maria Ribas	
<b>DOI 10.22533/at.ed.06719250323</b>	

**CAPÍTULO 24 ..... 290**

A GRANDE REPORTAGEM COMO FONTE DE (IN)FORMAÇÃO CRÍTICA: RELATOS DE UMA EXPERIÊNCIA “EDUCOLABORATIVA”

Verusa Pinho de Sá  
Antenor Rita Gomes

**DOI 10.22533/at.ed.06719250324**

**CAPÍTULO 25 ..... 302**

DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO NAS FORÇAS ARMADAS BRASILEIRAS: UMA VISÃO COMUNICACIONAL

Elen Cristina Gerales  
Valquiria de Lima Rodrigues  
Helen Rose Lopes dos Santos

**DOI 10.22533/at.ed.06719250325**

**SOBRE A ORGANIZADORA..... 315**

## MÍDIAS SOCIAIS E CIBERDEMOCRACIA: UMA ANÁLISE DO FACEBOOK DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

**Emanuelle Tronco Bueno**

Universidade Federal do Pampa

São Borja – RS

**Renata Patrícia Corrêa Coutinho**

Universidade Federal do Pampa

São Borja – RS

**RESUMO:** Este trabalho objetiva analisar como a Universidade Federal do Pampa (Unipampa) se comunica com os seus públicos nas mídias sociais, tomando como objeto de estudo seu perfil institucional no Facebook. Sendo assim, questiona-se a existência de ações nessa mídia social que contribuam para o aprofundamento da ciberdemocracia. Para tanto, utilizou-se a metodologia da análise de conteúdo (BARDIN, 2010) a fim de coletar, compilar e organizar os dados sobre os posts do Facebook, para analisar os conteúdos, as interações promovidas pelo perfil e se esses influenciam na consolidação de uma comunicação pública. Para aporte teórico, parte-se da compreensão histórica da democracia para esboçar como as mídias sociais passaram a influenciar esse processo, sendo mais um meio da comunicação pública.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídias sociais; ciberdemocracia; comunicação pública; Unipampa.

**ABSTRACT:** This work aims to analyze how the

Universidade Federal do Pampa (Unipampa) communicates with its public in social media, taking as its study object its institutional profile on Facebook. Therefore, it is questioned the existence of actions in this social media that contribute to the deepening of cyberdemocracy. To do so, the content analysis methodology (BARDIN, 2010) was used to collect, compile and organize the data about Facebook posts, to analyze the contents, the interactions promoted by the profile and whether they influence the consolidation of public communication. For a theoretical contribution, it starts from the historical understanding of democracy to sketch how social media came to influence this process, being another means of public communication.

**KEYWORDS:** social media; cyberdemocracy; public communication; Unipampa.

### 1 | INTRODUÇÃO

Com o progresso técnico-científico, que oferece à sociedade uma ampla evolução social, cultural e econômica, foram surgindo tecnologias de comunicação tal como o revolucionário – à época – telégrafo e, anos mais tarde, os telefones celulares, que ajudaram a diminuir as distâncias linguísticas e culturais (LEMOS, 2010). A partir desse contexto, viabilizado pelo surgimento da internet, surge o

ciberespaço, espaço virtual onde são colocadas em prática técnicas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolveram junto ao crescimento deste espaço (LÉVY, 2010). Dessa forma, os novos hábitos que surgem a partir de práticas do ciberespaço fazem parte do conceito de cibercultura.

O termo cibercultura, segundo Lemos (2010), é tido como o conjunto de práticas sociais e combinações de comunicação a partir das tecnologias digitais. O surgimento da cibercultura teve o início no pós-modernismo, representado pela nova configuração cultural do século XXI – determinada pelas novas tecnologias de informação, as quais sofreram alterações no modo de produzir, comunicar e circular bens e serviços. Nesse sentido, o “ciberespaço, cenário privilegiado da cibercultura, é em sua essência político e o futuro da Internet aponta para novas modalidades de emissão livre, de formas de compartilhamento de informação, de cooperação” (LEMOS, 2010, p. 28).

Nesse cenário de acesso, os cidadãos podem entrar em contato direto com o poder público, expressando dúvidas, críticas e elogios de uma forma simples e rápida, mesmo sem contato físico. Da mesma forma, a administração pública também pode se comunicar de forma direta com os seus públicos via internet. Todavia, segundo Castells (2003, p. 128), o que ocorre na grande maioria dos casos é a utilização da internet apenas como um local de avisos com o objetivo de divulgar informações que interessam ao emissor, sem a preocupação com o interesse público e com a interação.

Com base nesse panorama, esta pesquisa objetivou identificar como a Universidade Federal do Pampa (Unipampa) se comunica com seus públicos por meio de seu perfil institucional no Facebook. Sendo assim, levantou-se o seguinte questionamento: existem ações nessa mídia social que contribuem para a efetivação de uma ciberdemocracia? Para tanto, este trabalho utilizou a metodologia da análise de conteúdo a fim de coletar, compilar e organizar os dados sobre os posts do Facebook (BARDIN, 2006). A partir disso, analisou-se – durante o período de 05 de agosto a 22 de setembro de 2017 – os conteúdos, as interações promovidas pelo perfil e se esses influenciam na consolidação de uma comunicação pública.

A hipótese trabalhada foi que a Unipampa utiliza seu perfil no Facebook apenas para publicitar as ações da Universidade, sem realizar interações com os demais usuários da mídia social – confirmando um modelo tradicional de comunicação pública unilateral e hierarquizada. Entende-se, no entanto, que há limitações estruturais e de capital humano que condicionam este cenário, dentre outros fatores limitadores. Todavia, sem desconsiderar essas questões, mas focando-se em outro viés, este artigo reflete sobre as práticas a serem promovidas na comunicação da instituição, objetivando trazer contribuições para a criação de possibilidades e alternativas comunicacionais.

Nesse sentido, o texto parte da compreensão histórica da democracia (BOBBIO, 1987; LÉVY; LEMOS, 2010) para esboçar como as mídias sociais passaram a influenciar esse processo, sendo mais um meio da comunicação pública. Por fim, analisa-se o Facebook institucional da Unipampa a partir da análise de conteúdo que, enquanto

técnica de avaliação, utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos para descrever o conteúdo das mensagens e descobrir as significações por trás enunciados (BARDIN, 2006). O período de avaliação possibilitou compreender o modo como o Facebook é utilizado pela instituição.

## 2 | CIBERDEMOCRACIA, COMUNICAÇÃO PÚBLICA E MÍDIAS SOCIAIS

A democracia, nas palavras de Bobbio (1987, p. 158), foi considerada progressivamente “como a forma de governo mais adaptada às sociedades economicamente, civilmente e politicamente mais evoluídas”. Isso porque o termo democracia (do grego *demokratia*, ou seja, poder do povo) foi utilizado desde a idade clássica para caracterizar uma forma de governo na qual o poder político é exercido pelo povo. Nesse sentido, talvez o ponto de maior relevância da democracia seja a noção de que a titularidade do poder político permanece exclusivamente ao povo.

Tratando-se de uma das acepções de exercício de poder político na contemporaneidade, a democracia mantém o seu cerne conceitual. Contudo, perpassa por grandes mudanças a partir da realidade em que se encontra no século XXI, principalmente em referência ao advento nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs). Considerando-se tal contexto, a discussão acerca da democracia ultrapassa a definição aristotélica de que se trata do governo de um para o governo de poucos; do governo de poucos para o governo de muitos – pois, o que se considera é a forma através da qual esses muitos (cidadãos) exercem e acompanham o seu direito.

O processo de alargamento da democracia na sociedade contemporânea ocorre, sobretudo, “através da extensão da democratização – entendida como instituição e exercício de procedimentos que permitem a participação dos interessados nas deliberações de um corpo coletivo – a corpos diferentes daqueles propriamente políticos” (BOBBIO, 1987, p. 155-156). Ou seja, aplicando a concepção do autor à realidade contemporânea do século XXI e ao contexto abordado neste artigo, a participação em uma democracia dá-se por vários âmbitos, inclusive através do ciberespaço.

Ao citar as mudanças atuais da esfera pública como resultado da amplificação do ciberespaço, Lévy (2010, p. 10) avalia o impacto dessa expansão no desenvolvimento democrático, em especial sobre a “deliberação coletiva”. Para o autor, a produção livre e colaborativa no ciberespaço permite que o usuário leigo tenha acesso a diversas opiniões e informações, libertando uma expressão pública antes limitada.

Segundo Lévy, a proliferação do uso dessas ferramentas digitais seria a “computação social”, conceito substitutivo à conhecida “Web 2.0” (que tem a Web enquanto plataforma). Para o autor, o termo computação social “constrói e compartilha de maneira colaborativa as memórias numéricas coletivas em escala mundial” (LÉVY, 2010, p. 10-11). Tal conceito é bastante abrangente, reunindo diversas tecnologias que

interagem diretamente com o indivíduo (a exemplo das mídias sociais e redes sociais), sendo inclusive os conteúdos “criados e organizados pelos próprios utilizadores”, a ponto de empoderar o público e não somente os especialistas.

Portanto, Lévy defende um novo formato comunicacional para o ciberespaço, através da intersecção entre o público e o privado – eliminando as fronteiras. Em consequência disso, ocorre uma ampliação na transparência das divulgações (a partir da multiplicidade de fiscalizadores e da velocidade de acesso), sendo que “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).

Essas alterações, portanto, afetam positivamente o regime democrático em quatro domínios estritamente independentes, que segundo Lévy (2010) são: capacidades de aquisição da informação, expressão, associação e deliberação cidadã. Todos esses fatores possibilitam, assim, o aumento da inteligência coletiva e a potência do povo – que renova configurações e intensidades de cobrar dos governos mais “transparência, abertura e diálogo”.

Na percepção de Lévy (2010), a internet dá forças à democracia, ocasionando o surgimento do conceito de ciberdemocracia, que seria um estágio superior à democracia e representa uma “nova era do diálogo político”. Para o autor, a internet foi responsável por uma renovação democrática, estimulada pela maior transparência dos governos através da disponibilização de canais de deliberação (a exemplo dos sites) e pela própria participação dos cidadãos no processo de decisão política.

A ciberdemocracia, nesse entendimento conceitual, advoga a favor da democracia como um todo e não se restringe a questões partidárias. Para Lévy (2010), na ciberdemocracia há um amplo acesso a conteúdo político, aprofunda-se o conhecimento sobre as questões políticas e, ainda, amplia-se a abertura para formação de opiniões críticas dos cidadãos. Todavia, ressalta o autor, esta é uma realidade em construção e seu progresso depende de desenvolvimento educacional e humano, fácil acesso à internet e elaboração de políticas públicas que visem combater a pobreza.

Complementarmente, sobre a ciberdemocracia, Gomes (2005, p. 219) elenca cinco níveis conceituais do termo: acesso a informações públicas, interatividade com os cidadãos, transparência, interferência do cidadão nas decisões públicas, e democracia direta, que se refere ao poder da internet em permitir o controle total do público sobre a decisão política.

Nessa ideia, pode-se verificar que no cerne da democracia e da internet encontra-se a comunicação pública, a qual se constitui como um campo que inclui cidadão, aparato estatal e sistema de mídia. Segundo Kunsch (2012), é válido ressaltar a importância desse tipo de comunicação para promoção da interatividade com seus públicos; de valer-se da desburocratização para manter uma comunicação clara e inclusiva; de ser dialógica, além de participativa e democrática, atuando com um papel amenizador e resolutivo de questões sociais básicas (KUNSCH, 2012, p. 15).

Sendo assim, a comunicação somente pode ser entendida como pública quando for perceptível a participação social. Cabe ao poder público, conforme aponta Matos (2007), convocar a sociedade para participar, bem como disponibilizar espaços para que essa participação seja democraticamente possível.

Nesse caso, também se vê necessário fazer um parêntese e considerar o contexto brasileiro de acesso a esses espaços. No Brasil, 63,3% da população possui acesso à internet em seu domicílio por meio de algum equipamento eletrônico. Apesar do crescimento representativo (sendo que, em 2015, foi registrado 57,8% da população com acesso à internet), esse número ainda exclui cerca de 70 milhões de brasileiros que, acoplado a defasagem na educação, são impossibilitados de acessar livremente os meios digitais.

Conforme Duarte (2009), é recorrente a disparidade na participação dos cidadãos – de variadas classes sociais – nas mídias sociais. Tal exclusão acarreta empecilho para a consecução dos objetivos de uma efetiva participação democrática no ciberespaço. Todavia, as mídias sociais aparecem como uma alternativa à ciberdemocracia e aos cidadãos que já possuem, de alguma forma, acesso à internet.

Para Jenkins (2016, p. 179), no entanto, as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) não são “inerentemente democratizantes” e, portanto, não condicionam o ambiente ideal de propagabilidade, estando este relacionado com o acesso democrático aos meios que produzem e circulam a cultura, com a maior abertura para trabalhos em espaços colaborativos, e com a valorização da participação do público e influência deste nas decisões de impacto social e político. Ocorrendo tais aberturas para participação dos cidadãos, as TICs configuram-se como instrumentos promotores e difusores de informação e participação social democrática.

A partir dessa perspectiva, Jenkins (2016, p. 180) entende que as instituições educacionais possuem um papel fundamental na formação do ambiente de propagabilidade, pois possuem o papel de promover competências na cultura midiática – contribuindo para inserção social do jovem no exercício de sua cidadania. No mesmo sentido, o governo também contribui para formação desse ambiente democrático, ao passo que oferta subsídios para garantir a “infraestrutura técnica” e a “liberdade de expressão necessária”.

Nesse entendimento, se a internet, através das mídias sociais, pode ser um instrumento de participação dos cidadãos, ela também pode ser utilizada pelo poder público como uma ferramenta para prestar contas e para trocar informações. Ela pode favorecer transparência, *accountability* e permitir o estabelecimento de canais de comunicação recíproca, mais estreita e eficiente entre poder público e cidadãos. Segundo Lemos (2010), vem ocorrendo um avanço na divulgação das informações de interesse público nas mídias sociais oficiais no Brasil, principalmente pela mudança de postura do cidadão.

Nesse entendimento, as mídias sociais apontam para um papel democratizante e, conforme Colnago (2015), podem ser classificadas como um “veículo social” formado

por ferramentas para divulgação de conteúdo e de interação. Ou seja, “mídia social seria o ambiente em que as relações sociais ocorrem, ou o cenário em que as pessoas se relacionam, e deriva daí a compreensão de que a expressão admite a ideia de veículo social” (COLNAGO, 2015).

Essa participação do público – potencializada pelas mídias sociais – iniciou sua aparição, segundo Santaella (2014), ainda antes do advento do computador. Aparelhos que surgiram no período denominado de “cultura das mídias”, como o controle remoto e outros, foram “preparando a sensibilidade do receptor para a era participativa da interatividade inaugurada pelo computador, seus programas, suas plataformas, suas interfaces e seus desdobramentos, na atual era da convergência” (SANTAELLA, 2014, p. 5).

A cultura da convergência, foco das pesquisas desenvolvidas por Jenkins (2009), demonstra, sobretudo essas mudanças ocasionadas nas relações dos meios de comunicação com o público, e vice-versa. Para o autor, há uma nova configuração da informação propiciada pela relação – e intersecção – das mídias tradicionais com as “novas” mídias e por uma nova relação destas com o público. Ou seja, o público revela-se participativo e fragmentado a partir das mídias sociais, ao passo que a mídia tradicional adapta a sua rotina produtiva a esse perfil de público.

Ao considerar a participação do cidadão nas mídias sociais, parte-se da ideia de que elas contribuem para o processo comunicativo ao permitirem a manifestação ativa dos representados políticos. Em outras palavras, o cidadão não apenas recebe informações, como também interage nas mídias sociais, as quais passam a ser palco para o desenvolvimento da comunicação pública. Nesse sentido, Castells (2003, p. 128) defende que as mídias sociais podem estabelecer-se como instrumento eficaz para a promoção da cidadania, traduzindo seu conceito de liberação do “polo de emissão”.

### **3 | ANÁLISE DO PERFIL INSTITUCIONAL DO FACEBOOK DA UNIPAMPA**

Para que fosse possível perceber como a Universidade Federal do Pampa (Unipampa) se comunica com seus públicos no Facebook, utilizou-se a análise de conteúdo como técnica de coleta e avaliação dos dados desta mídia social. Tendo em vista que se busca refletir sobre o conteúdo veiculado nos meios de comunicação, a análise de conteúdo alinha-se com tal objetivo, pois é considerada “um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição e conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2006, p. 38).

A análise de conteúdo possui etapas para sua aplicação, organizando-se “em torno de três polos cronológicos: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação” (BARDIN, 2006, p. 121). Através dessa metodologia, coletou-se os conteúdos compartilhados pela Assessoria de

Comunicação Social (ACS) no Facebook da instituição, durante o período de 05 de agosto a 22 de setembro de 2017. No decorrer do monitoramento, todas as atualizações foram registradas em um documento com o apontamento das informações sobre as postagens e atualizações do perfil.

O perfil da Unipampa no Facebook é administrado pela Assessoria de Comunicação Social (ACS) da instituição, órgão ligado à Reitoria da Universidade. A primeira publicação no perfil foi feita no dia 11 de abril de 2016. Portanto, a página possui menos de dois anos de presença na mídia social e soma mais de 20 mil curtidas.

No período analisado foram publicados 90 *posts* e 38 *posts* exclusivos. Salienta-se que no interstício de análise estavam ocorrendo às refeições de grau instituição, sendo que 12 publicações foram referentes à cobertura desses eventos. Excluindo esse dado, foram produzidos somente 26 *posts* exclusivos.

Das publicações avaliadas, elencou-se 13 categorias de assuntos, sendo que nenhuma tratou de amenidades ou temáticas com tendência de aproximar/engajar o público, tal como clima, início de ano letivo, situações corriqueiras do estudante, características dos campi etc. No período, também não foram registradas promoções nem *posts* que estimulem a interação com o cidadão. Os assuntos abordados foram preponderantemente informativos, em sua maioria notícias replicadas do site institucional, registrando-se o baixo índice de publicações próprias para a mídia social e ações que promovam a ciberdemocracia – ou seja, participação e diálogo neste ambiente digital. Esses fatores demonstram que Facebook é uma extensão do site, com um perfil puramente institucional.

Dentre a totalidade das publicações analisadas, foram escolhidas duas para o espaço desta investigação, a fim de exemplificar a dimensão prática da pesquisa. Portanto, elencou-se o critério da publicação com maior envolvimento do período e a com maior alcance. Assim, adotou-se o entendimento do Facebook para essas métricas, sendo que o envolvimento inclui todas as ações realizadas pelas pessoas com a publicação, podendo incluir ações como reação, comentário, compartilhamento, visualização de foto e vídeo ou clique em links. Já o alcance se refere ao número de pessoas que vê as postagens, podendo ocasionar em um maior envolvimento. No caso desta análise, nota-se que a troca da imagem de perfil gera bastante alcance e possui uma taxa de envolvimento alta.

A curtida é o primeiro tipo de reação do Facebook, que hoje representa uma reação com menor engajamento. No Facebook, a ação de curtir é mais rápida, simples e automática. Já para reagir a uma publicação o usuário empenha um pouco mais de tempo do que na “curtida”, significando ele está mais envolvido (positivamente ou negativamente) com aquele conteúdo. O comentário, por sua vez, empenha mais tempo que a curtida ou as reações, por isso, requer maior nível de envolvimento com o usuário. No caso da comunicação pública, auxilia do diálogo com o cidadão. Por fim, evidencia-se que os compartilhamentos representam um alto nível de engajamento, pois possibilitam um maior alcance da publicação, ou seja, maior número de pessoas

visualizando a publicação.

Do total de *posts* do período, há raras interações nos comentários entre a instituição e o cidadão. A publicação com maior envolvimento do período totaliza 769 curtidas, 34 reações, 159 comentários e 300 compartilhamentos e trata sobre o processo seletivo EAD para a graduação em Letras (Figura 01).



Figura 01 – Postagem do dia 12/09/17

Fonte: *Print screen* do perfil @UnipampaOficial

Na referida publicação, não há interação nem respostas visíveis aos questionamentos publicados nos comentários da postagem. Uma seguidora relatou que estava querendo se inscrever no edital e não conseguia, todavia não recebeu resposta pública (Figura 2).



Figura 02 – Comentários postagem do dia 12/09/17

Fonte: *Print screen* do perfil @UnipampaOficial

Em publicações com maior taxa de envolvimento, como a troca da foto de perfil do setembro amarelo, percebeu-se 228 curtidas, 17 reações e 5 comentários (Figura 03).



Figura 03 – Atualização da foto do perfil do dia 11/09/17

Fonte: *Print screen* do perfil @UnipampaOficial

A totalidade dos comentários versou sobre críticas à instituição e nenhum posicionamento foi publicamente adotado no espaço em que as críticas foram proferidas, ou seja, na própria linha do tempo do Facebook.

Quanto às mensagens instantâneas, o Facebook da Unipampa não está aberto

para receber dúvidas e interação por meio dessa ferramenta disponibilizada pela mídia social. Sendo assim, a métrica de taxa de resposta não pode ser avaliada, pois só existem dados quantitativos sobre esse indicador quando a página habilita o envio de mensagens instantâneas para os seguidores.

A coleta de dados demonstra que o perfil tem um grande alcance de usuários e consegue disseminar bem a atuação da Unipampa. Todavia, a ausência da interação com o cidadão demonstra uma comunicação pública com foco informativo.

#### 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que as mídias sociais propiciam uma comunicação fluída e mais democrática, estas podem auxiliar no desenvolvimento da ciberdemocracia. O ato restrito à divulgação de informação replicada, sem criar conexões tão importantes para manutenção da rede (RECUERO, 2009, p. 30), implica em não aproveitar a totalidade de recursos disponibilizados pelas mídias sociais.

Se por um lado o perfil do Facebook da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) abrange um número representativo de pessoas (mais de 20 mil seguidores), por outro tende a deixar de criar relações mais próximas com seus públicos. Além disso, demonstra potencial para explorar os preceitos democráticos da comunicação pública na era da convergência, tal como o estímulo a participação e diálogo dos cidadãos.

O total de *posts* analisados (90 publicações) representa números expressivos na taxa de envolvimento das postagens, mas não conteúdos que explicitem relação de diálogo entre seguidores e página, pois a instituição não se manifesta publicamente para responder os comentários, nem produz ações, campanhas ou promoções atinentes à participação cidadã e com foco em informar, por exemplo, sobre assuntos de cidadania, política e legislação.

Nesse entendimento, foi possível perceber que a Unipampa não utiliza o Facebook para estabelecer relação com o cidadão, não atendendo um dos preceitos básicos da comunicação pública, que versa sobre a interação e utilização do ambiente digital para promoção de debates com o povo (KUNSCH, 2012; MATOS, 2007).

Da mesma maneira, as práticas de ciberdemocracia não se consolidam nesse espaço, configurando o perfil da Unipampa apenas como canal de divulgação de atividades. Em um período em que as instituições educacionais se configuram como capazes de alterar realidades regionais, a Unipampa – que possui esse objetivo em sua implantação na fronteira gaúcha – acaba deixando de lado esse espaço de interlocução com seus públicos.

Embora apareçam questões que promovam debates importantes para sociedade, como o setembro amarelo, essas ações são isoladas e representam apenas a replicação de uma ação. O que se percebe é a ausência de ações continuadas e mediação dos comentários e interações com o cidadão.

A criação recente do Facebook da Unipampa em 2016, há pouco mais de dois

anos, já é um passo de atuação institucional no contexto da ciberdemocracia, uma nova consciência política originada, conforme concepção Pierre Lévy e André Lemos (2010), a partir da liberdade e do rompimento de fronteiras típicas de uma realidade “cibersocial”. Todavia, cabe citar a colocação de Gomes (2005), ao afirmar que para uma ferramenta digital ser democrática não basta ser criada, mas também deve considerar a interação pública dos cidadãos envolvidos através da utilização e compreensão das potencialidades da ferramenta.

De maneira otimista, percebe-se que, caso o Facebook seja utilizado e valorizado como canal de participação social, a ciberdemocracia pode evoluir e ser usufruída pelos cidadãos. Conclui-se, portanto, que as mídias sociais possuem o potencial de serem espaços de prática para a comunicação pública e, assim, também para o exercício da cidadania.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006. 280 p.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade** – Para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. 256 p.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 242 p.

COLNAGO, Camila Krohling. Mídias e redes sociais digitais: conceito e práticas. In: BUENO, Wilson da Costa (Org.). **Estratégias de Comunicação nas mídias sociais**. Barueri, SP: Manole, 2015. p. 3-22.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009. p. 59-71.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras Estudos Midiáticos**. Unisinos, São Leopoldo. Set./dez. 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/kJpwzK>>. Acesso em 02 dez. 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (org.). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 3-14.

LE MOS, A. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. In: LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010. 258 p.

LÉVY, P. A mutação inacabada da esfera pública (Prefácio à edição brasileira). In: LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010. 258 p.

JENKINS, H. Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Intercom RBCC, São Paulo. Jan./abr. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/7pFvMD>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições. In: LEÃO, Clemente. **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. Senac, 2003. 608 p.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 47-58

SANTAELLA, Lucia. Mídia, participação e entretenimento em tempos de convergência. **Revista GEMInIS**. UFSCAR, São Carlos, SP. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/ytqM6w>>. Acesso em: 04 dez. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-206-7

