



O Povo da Foto no site Gov.Pb:

Estudo da Rede Social como Ferramenta Governamental¹

Lays da Silva Amaro²

Aldenir Tavares da Silva Júnior³

Camilla Ramos Milheiro⁴

Nadja Carvalho⁵

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

As redes sociais criam uma nova Comunicação cidadã na esfera governamental. É comum ver em portais de administrações públicas links para Twitter, Orkut, Facebook, Youtube. Mas o que se tem feito para incluir o cidadão nesse canal de diálogo? O site do Governo da Paraíba é investigado na utilização de recursos interativos para estimular o cidadão a participar da vida pública. Estudamos Manuel Castels, *A sociedade em rede* (2002); Raquel Recuero, *Redes sociais na internet* (2009); Massimo Di Felice, *Paisagens pós-urbanas* (2009) e Lucia Santaella, *Navegar no ciberespaço* (2004), entre outros. Adotamos uma metodologia de navegação participativa nos links do site. Nas considerações finais constatamos que ajustes no acesso precisam ser feitos, sobretudo, para atender aos anseios do cidadão paraibano que usa serviço de internet mais simples.

PALAVRAS-CHAVE: e-gov; rede social; interatividade; cidadania.

O portal Gov.Pb

O lançamento do portal do Governo do Estado da Paraíba (www.paraiba.pb.gov.br), aconteceu no dia 11 de abril de 2011, em comemoração aos 100 dias de governo. Várias

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Aluna do Curso Comunicação em Mídias Digitais da UFPB e do Curso Publicidade e Propaganda do IESP, e-mail: layssamaro@gmail.com

³ Aluno do Curso Publicidade e Propaganda do IESP, e-mail: aldenirtsj@gmail.com

⁴ Aluna do Curso Rádio e TV da UFPB e do Curso Publicidade e Propaganda do IESP, e-mail: camilla.pe@gmail.com

⁵ Professora do Curso Comunicação em Mídias Digitais da UFPB, e-mail: naddj@ig.com.br



ferramentas estão sendo disponibilizadas aos internautas para que eles possam acessar as informações relacionadas às ações do governo de forma mais prática e clara. A principal mudança feita pela equipe de desenvolvedores de web⁶ da Secretaria de Comunicação está relacionada à oportunidade de integração às redes sociais, uma iniciativa inovadora em portais institucionais, pelo menos na Paraíba.

O governador Ricardo Coutinho falou sobre a importância do site Gov.Pb em discurso de posse, no dia 1º de janeiro de 2011: “Assumo, mas ao meu lado, byte a byte estarão plugados aos integrantes da nova ordem tecnológica, ajudando a criar e espalhar (...) a democracia digital e suas redes sociais de compartilhamento”. Em sua fala observa-se um entendimento de que as oportunidades proporcionadas pelo espaço virtual devam ser “... disseminadas para o aperfeiçoamento e crescimento da sociedade real”⁷.

No novo portal Gov.Pb foi adotado um padrão visual para todas as secretarias e órgãos do primeiro escalão da administração estadual, fato que favorece a fixação da identidade visual do governo. Tem como pano de fundo as imagens das fotos do “Povo no Poder”, substituindo a foto oficial do governante pela fotografia de pessoas comuns que constroem e ajudam a desenvolver o Estado, através de seu trabalho⁸.

O portal tem como foco a produção de conteúdos multimídias, promove a interligação com as redes sociais e disponibiliza prestações de serviços, seja por permitir o acompanhamento das finanças do Estado, através do portal da Transparência⁹, ou por proporcionar o acesso a ferramentas que facilitem o dia-a-dia dos cidadãos, dos servidores e dos fornecedores do Estado¹⁰.

⁶ A equipe técnica de desenvolvedores de web é constituída por João Gabriel, Xhico Raimerson, Nicoli Carosi e Fábio Henrique.

⁷ Este discurso foi proferido em 01/01/2011 e impresso na Cartilha de Posse do Governador Ricardo Coutinho.

⁸ Xhico Raimerson informou que o portal foi idealizado e produzido pela Secretaria de Comunicação, mas ainda não está pronto. O desenvolvedor de web João Gabriel, responsável pelo novo projeto, afirmou que o objetivo central é aproximar ainda mais o governo de todos os segmentos sociais e populacionais da Paraíba, desde as camadas mais intelectuais até o mais simples dos paraibanos. Entrevistas concedidas à Lays Amaro (DEMID/UFPB), em 24/04/2011.

⁹ O link da Transparência permite que os internautas e demais visitantes tenham acesso às contas públicas do Estado de forma simplificada. O novo espaço está em fase de conclusão e deve ficar pronto nos próximos meses.

¹⁰ A criação de uma Delegacia on-line, por exemplo, irá disponibilizar serviços de boletim de ocorrência para registro de furtos, extravios e desaparecimento de pessoas.



Na página principal encontramos as últimas notícias sobre o governo, podemos baixar todas as edições do Diário Oficial, escutar a rádio Tabajara e ler o jornal A União¹¹. Os cidadãos paraibanos e demais visitantes do portal podem acessar a programação da rádio Tabajara em todas as suas modalidades: jornalística, esportiva, musical, etc. O jornal A União permite que as pessoas leiam o diário através da tecnologia *page flip* que simula o manuseio de uma edição impressa. É possível ainda ir direto para o link do blog da redação do jornal, que traz os bastidores da sua produção jornalística.

O site apresenta uma navegação fácil, prioriza as notícias com ênfase na instituição, de modo a possibilitar que os internautas acompanhem as ações realizadas pelo governo. Ao ler uma matéria, os usuários têm a opção de ver outras notícias relacionadas ou comentar o conteúdo nas redes sociais. Além disso, este espaço garante conteúdos em forma de texto, imagem, áudio e vídeo, assegurando maior e melhor visibilidade às ações administrativas estaduais¹².

Rede social e O Povo da Foto

O portal do governo oferece espaço para a interação através das redes sociais, possibilita que pessoas comentem e compartilhem o seu conteúdo. “As nossas páginas não têm fim em si mesmas. Prezamos pela interação e pela comunicação horizontal com os internautas”, disse o diretor de Redes Sociais e Governo Eletrônico, Xhico Raimerson¹³. Pensando nisso, o portal possibilita o compartilhamento de fotos no Flickr, de vídeos no Youtube e também de informações pelo Twitter, Facebook e Orkut.

¹¹ Além disso, vamos poder encontrar links (em fase de construção) que darão acesso a notícias sobre o governador e o vice-governador.

¹² A diretora de jornalismo na época, da Secretaria de Comunicação, Marly Lúcio, afirma que: “Além dos textos e fotos, vamos possibilitar que as pessoas acompanhem as notícias em forma de áudio e, em breve, de vídeo. Queremos ampliar a nossa missão, que é informar sobre os atos e ações do governo”. Cf. Notícias publicadas nos dias 08 e 11/04/2011, disponível em <http://www.paraiba.pb.gov.br>. Acesso em 23 de abril de 2011.

¹³ Xhico Raimerson informou que a construção do novo portal foi dividida em duas etapas. A primeira contemplou as pastas da administração direta. Na segunda etapa estão sendo contemplados os órgãos da administração indireta e também o aperfeiçoamento do portal da Transparência e a inserção de outros serviços (ainda em desenvolvimento), disse ainda que a visão do grupo priorizou focar e dar ênfase aos serviços prestados pelas secretarias e órgãos do Estado. Cf. Notícias publicadas nos dias 08 e 11/04/ 2011, disponível em <http://www.paraiba.pb.gov.br>. Acesso em 23 de abril de 2011.



O *marketing* político adotado no site Gov.PB personaliza uma identidade cidadã híbrida. *O Povo da Foto* simboliza a razão pela qual o governador e sua equipe de trabalho puderam fazer parte da foto oficial do governo eleito em 2010. No *design* do portal ficou reservado ao cidadão paraibano um lugar na foto oficial. É clara a intenção em quebrar com a velha atuação hierárquico-piramidal e assistencialista. É possível identificar a intenção do governo e de seus órgãos em quebrar a passividade do cidadão, demonstrando que ele representa a razão de ser da “foto oficial” do governo.

Percebe-se que uma nova perspectiva de imaginário social interativo é fixada no site. Na investigação das redes sociais disponíveis podemos observar trocas de informação, integração e negociação entre os cidadãos e o governo da Paraíba, mas também sabemos que a pesquisa está em sua fase inicial.

A prática de rede social substitui as ideias de “centro” e “periferia” pelo conceito de interface e, diante de tais constatações, concordamos com Di Felice (2009, p.277-78), quando diz que ocorre um tipo de sociabilidade ampliada para além do sentido de lugar: “O resultado das hibridizações das relações e da circulação das informações sociais em rede é um social expandido em mil direções”. Resumindo, o “social digital” caracteriza-se por ser dinâmico, interativo, simbiótico e híbrido.

As relações sociais reproduzidas por redes sociais, inevitavelmente, transformam suas antigas articulações e impõem novas características nas práticas políticas de governantes e cidadãos. O esperado é que a conjugação e a interação entre pessoas e setores construa uma prática de novos significados democráticos, no entanto, o mais importante é identificar noções conceituais de redes na internet que nos ajude a entender a interação nas redes disponíveis no site Gov.Pb.

Iniciar qualquer pesquisa sobre redes sociais exige o conhecimento de autores como:

1. Manuel Castells no livro *A sociedade em rede* (2001), que integra a série *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, onde examina a atuação da informação tecnológica nas transformações culturais e políticas da sociedade global.



2. Raquel Recuero, em artigos *Redes sociais na internet: considerações iniciais* e *Em busca de um modelo para o estudo das comunidades virtuais em redes sociais no ciberespaço* (2004)¹⁴, nos quais recupera conceitos de rede oriundos da matemática e os submete a exame crítico sob o enfoque de redes sociais aplicadas à internet. Além do livro *Redes sociais na internet* (2009), resultado de sua tese de doutorado¹⁵.

3. Massimo Di Felice, no livro *Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar* (2009), em que trata da perda do significado único do espaço e trata das transformações de práticas habitativas decorrentes do advento das redes sociais.

4. Lucia Santaella, no livro *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo* (2004), discorre sobre três tipos de leitores marcados pela dinâmica das sociedades: pré-industrial (leitor contemplativo), industrial (leitor movente) e tecnológica (leitor imersivo). O leitor imersivo que surge a partir dos novos espaços virtuais precisa ser estudado na relação que estabelece com os outros tipos de leitores, tanto aquele leitor que contempla o livro impresso e a imagem fixa quanto o leitor em trânsito na multidão das grandes cidades.

As redes sociais, portanto, compartilham processos de interação bem distintos da mídia. Raquel Recuero (2009, p.32) aponta alguns fatores diferenciais específicos: 1. “os atores não se dão imediatamente a conhecer”, não há pistas da linguagem gestual, por exemplo, e a interpretação do contexto da interação torna-se difícil; 2. temos ainda uma “multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação” e suas influências não podem ser descartadas, por exemplo, “o fato de permitirem que a interação permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço”, constituem alguns aspectos relevantes sobre interatividade em rede social.

Os fluxos informativos nas redes sociais ocorrem em velocidade e quantidade infinita, os quais quebram temporalidades e limites de fronteiras, tornando instantâneas as formas de comunicação na rede. O resultado destas transformações é que os

¹⁴ Apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII INTERCOM, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/intercom2004final.pdf>.

¹⁵ O livro é dividido em duas partes: a primeira é focada na discussão teórica do que são e como podem ser estudadas as redes sociais e a segunda trata de algumas aplicações do conceito, tais como: tipos e sites de redes sociais na internet; difusão de informação e comunidades em redes sociais.



paradigmas tradicionais da comunicação – pautados em distinções entre emissor, meio e receptor – ruem e passam a obedecer a novos formatos hibridizados e a outras dinâmicas de interação.

Em 2010 o professor Massimo Di Felici (USP) ministrou palestras no mestrado de Comunicação da UFPB¹⁶ e na oportunidade o seu livro *Paisagens Pós-Urbanas* (2009) foi apresentado. Sobre o conceito de redes sociais, em particular, nos interessa ressaltar alguns questionamentos feitos por este autor (2009, p.274): “Como definir, e, portanto, delimitar, um social em rede? Como distinguir as territorialidades e os atores das suas sociabilidades mutantes na rede?”.

Apoiados nas contribuições de Massimo Di Felice (2009, p.273-85), extraímos pontos que definem o advento da sociedade em rede: É uma sociedade pós-analógica, baseada em meios de comunicação interativos. Uma sociedade pós funcional-estruturalista¹⁷, que compreende distintos setores, diversos grupos, instituições e empresas que se sobrepõem e se reinventam através da interação e dos fluxos informáticos.

O autor refere-se a um *social híbrido, pós-analógico, pós funcional-estruturalista* que precisa ser repensado no seu significado da estrutura e da ação social.

Di Felice (2009, p.260) considera necessário ultrapassar antigas contraposições como: “receptor/emissor, corpo/máquina, inteligências/sistemas informativos”. O autor entende que: o “social digital” não é apenas uma tomada de “palavras coletivas”, um processo de “multiplicação de vozes”, ou ainda uma “polifonia de vozes” sociais, ele esclarece que o fenômeno “mostra-se mais próximo de uma realidade ‘protéica’”.

¹⁶ Em conferência sobre o cotidiano I CESQ (2010), evento realizado pelo mestrado de Comunicação da UFPB, o professor italiano Massimo Di Felice ministrou três palestras: 1. “Paisagens pós-urbanas, o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar”. 2. “Pós-humanismo, as relações entre o homem e a técnica na época das redes” e 3. “Do público para as redes, a transformação da participação social na época do social network”. O livro *Paisagens Pós-Urbanas* (2009) tem contribuído com os estudos sobre redes sociais, um dos assuntos discutidos em seu Centro de Pesquisa Atopos que integra a Escola de Comunicação e Artes da USP.

¹⁷ “... diferente de um organismo fechado e delimitado feito de um conjunto de órgãos separados e interagentes”, conforme ocorreria se fosse o caso de um social funcional-estruturalista (DI FELICE, 2009, p.276).



O que significa pensar em “realidade protéica”, por exemplo, quando se está falando do “social digital”. A ideia do autor (2009, p.277) consiste em entender que: “o social contemporâneo deixa de ser um conjunto de estruturas comunicantes para se tornar o espaço de atuações múltiplas, por meio da união simbiótica de setores e da criação de relações híbridas”.

A metáfora da “realidade protéica”, atribuída ao “social digital”, faz referência à identidade de Proteu, personagem da mitologia grega, que modificava a sua própria identidade para desorientar seus interlocutores. Para o autor, no “social digital” (2009, p.277) “... são os sistemas informativos e a circulação de informações em tempo real que continuamente modificam os cenários sociais, passando a ressignificar, do mesmo modo, práticas e atuações”.

De tal sorte que, Di Felice (2009, p.277) diz que os “contextos da sociabilidade”, antes baseados na divisão de setores, instituições, públicos etc., “... agora se manifestam como conjuntos de ambientes metamórficos e híbridos, no interior dos quais se torna difícil distinguir as identidades e a função de cada setor”.

Quando paramos para refletir sobre o portal Gov.Pb, levando em conta tais leituras e discussões em grupo, constatamos que diferentes grupos – setores, secretarias, órgãos, mídias e diferentes públicos, antes do “social digital” encontravam-se separados. A criação de um site dispõe um grande número de informações recíprocas e rompe com a contraposição entre público interno e externo.

Conforme esclarece Di Felice, as tradicionais distinções entre os grupos se tornam confusas e o resultado é que políticos, funcionários, eleitores e cidadãos compartilham espaços sociais hibridizados. O autor ao referenciar as duas principais teorias sobre as redes – Bruno Latour, *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica* (2001) e Manuel Castells, *A sociedade em rede* (2001) – diz que as partes que constituem as redes são estudadas relacionadas umas com as outras, traduzindo a experiência social numa metáfora de teia complexa presente nos dois autores.

A distinção feita entre Latour e Castells é que o primeiro usa a “Teoria Ator-Rede” e sugere o uso do termo “actante” para definir tudo aquilo que produz efeito no mundo,



humano e não-humano. Já Castells volta-se para o elemento informacional como o principal transformador das sociedades.

Entre os pontos destacados nas leituras feitas, até o momento, alguns são norteadores das nossas primeiras considerações:

- uma rede social é híbrida, constituída por humanos e dispositivos técnicos conectados;
- os quais praticam uma interação reticular, constituída por pontos e linhas que formam uma rede;
- numa relação comunicativa movida por contiguidade de elementos orgânicos e inorgânicos, os quais desdobram-se em novos fluxos comunicativos nas redes sociais;
- e tais redes mudam o contexto social e a noção de “lugar” onde as pessoas se comunicam e se reconhecem como cidadãs.

Procedimentos metodológicos

A informática pode contribuir de diferentes maneiras no nosso cotidiano por meio de caixas eletrônicos, redes sociais, ensino a distância, entretenimento e lazer. Em nosso estudo ela funciona como instrumento de trabalho, de comunicação e pesquisa. O site do governo da Paraíba vem sendo pesquisado com vistas a identificar e mapear redes sociais disponíveis ao usuário para um maior e melhor exercício de Comunicação cidadã. Cada um dos espaços multimidiáticos do site tem passado por uma observação em equipe, sistemática, participante e também não participante¹⁸.

Da página principal foram selecionados os espaços e links inspecionados, observados e descritos no período dos meses de abril e maio deste ano. Em nosso acompanhamento mensal, utilizamos um sistema de rodízio semanal entre os pesquisadores para assegurar e conferir melhor qualidade na observação dos olhares e entendimentos.

¹⁸ Para facilitar a tarefa de coletar, sistematizar e analisar dados, o nosso trabalho foi subdividido entre três alunos pesquisadores: Lays Amaro (DEMID/UFPB), Aldenir Júnior (IESP) e Camilla Milheiro (DECOMTUR/UFPB), sob a orientação da professora Nadja Carvalho do curso Comunicação em Mídias Digitais da UFPB.

Procuramos interagir no site como cidadãos em diferentes espaços abertos ao usuário, tais como: 1. Entre em contato; 2. Newsletter; 3. Download; 4. Webmail; 5. Fala cidadão. As redes sociais Twitter, Facebook e Orkut foram examinadas de acordo com os quesitos: maior índice de acesso e assuntos motivadores das participações.

Optamos por obter uma visão panorâmica dos assuntos compartilhados nos acessos às redes sociais: seja de interesse artístico, cultural ou sobre segurança pública ou ainda sobre infraestrutura urbana. Contudo o que mais chamou a nossa atenção foi a campanha de *marketing* que define a concepção política do portal e, inevitavelmente, marca seus diferentes espaços até alcançar as redes sociais que daí ramificam.

O *marketing* de título “O Povo da Foto”, projetado no *design* do portal, compreende peças como papel de parede, álbum fotográfico, clipe do documentário que, em seu conjunto, fazem parte da política de despersonalização adotada pelo Governo da Paraíba.



Papel de parede disponível em <http://www.paraiba.pb.gov.br>.

Acesso em 17/04/2011.

A proposta do portal elege como estratégia substituir a foto oficial do governador pelas fotografias de paraibanos de várias regiões do Estado. O vídeo conta a história dessas pessoas, desencadeando um desdobramento de estímulos na troca de informações entre as pessoas que passam a se identificar direta ou indiretamente com as imagens que representam simbolicamente a face do cidadão paraibano.



Dentre os critérios de estruturação de participação, adotados por nossos observadores¹⁹, destacamos os seguintes:

- O principal instrumento utilizado incluiu visitas sistemáticas ao site, com acessos diários às redes sociais nos meses de abril/maio de 2011.
- Na delimitação dos espaços foram acessadas todas as redes disponíveis no site, entretanto, nos concentramos mais atentamente ao exame das redes: Twitter, Facebook e Orkut.
- Em planejamento prévio nos interessou verificar a repercussão da proposta “O Povo da Foto”, em razão de projetar o portal Gov.Pb na perspectiva de uma comunicação cidadã.
- Em qualquer processo sistemático de observação (BARROS; LEHFELD, 2007, p.74-5), conforme acatamos, recomenda-se levar em consideração os seguintes aspectos: por que, para que, como e o que observar?
- Além destes elementos de observação, a nossa inserção nas redes sociais contou com mais duas estratégias: observação participante (ocupamos a posição de participantes naturais, de cidadãos paraibanos) e observação não participante (atuamos sem interferência ou envolvimento na situação).

A pesquisa no site Gov.Pb foi iniciada em abril de 2011, com previsão para um ano de duração. Vamos prosseguir com a apresentação dos trabalhos em futuros eventos acadêmicos, animados pela perspectiva de novas problemáticas decorrentes das leituras e discussões que conseguimos sistematizar e apresentar a partir do Intercom Regional 2011.

Redes sociais no Gov.Pb

O Twitter tem se revelado uma ferramenta de crescente interação entre as secretarias e o público, mas o maior número de interação, é claro, fica com o @govparaiba, em

¹⁹ Após as leituras e exames feitos no portal Gov.Pb recolhemos as nossas anotações e passamos a redigir este artigo, subdividido e revisado pelo grupo e professora. Os resultados obtidos, até o momento, são parciais e atendem aos interesses dos trabalhos em andamento.



razão dos outros canais serem mais recentes e menos conhecidos. Mesmo assim percebe-se uma adesão cada vez maior às secretarias²⁰.

Sobre o uso das #hashtags²¹ no Twitter observa-se que, a atenção da população se volta com mais força para os canais que as utilizam. Outra particularidade é que o Gov.Pb e as suas secretarias têm optado por responder as dúvidas de forma aberta para todos, não utilizando mensagens diretas (DM) em suas respostas, ou seja, em qualquer retuitagem a resposta é direcionada para que todos saibam qual é a dúvida e qual foi a resposta.

O “Top 10 do Twitter” dos governos no Brasil é um demonstrativo importante. Os dados fornecidos por Igor Medeiros, Assessor de Mídia Social do Governo da Paraíba, revelam a expressiva participação dos paraibanos que termina por conquistar a quarta posição no *ranking* dos dez primeiros twitters²².

RANKING	ESTADOS	TWITTER	SEGUIDORES	ANO/CRIAÇÃO
1º	São Paulo	(@governosp)	25.418	2009
2º	R. de Janeiro	(@GovRJ)	11.497	2009
3º	Bahia	(@agecom)	7.710	2008
4º	Paraíba	(@govparaiba)	6.836	2011
5º	Minas Gerais	(@governomg)	6.785	2009
6º	Amazonas	(@governoamazonas)	6.013	2009
7º	Pernambuco	(@governope)	5.961	2009
8º	Pará	(@governopara)	4.472	2010
9º	R. G. do Norte	(@governodoRN)	3.886	2009
10º	Espírito Santo	(@OportunidadeES)	2.891	2009

²⁰ De acordo com pesquisa (03/05/2011) feita sobre o uso do Twitter, realizada por Lays Amaro (DEMID/UFPB), utilizando o <http://twittercounter.com>: 20 (vinte) secretarias e 19 (dezenove) órgãos da administração indireta do Governo da Paraíba, ao todo, totalizaram 26.518 mil seguidores.

²¹ Pesquisa feita por Lays Amaro (DEMID/UFPB) revelou as #hashtags que mais foram utilizadas no período de 10/04 até 07/05/2011: #100diasPB (apresenta os 100 dias de gestão do governador Ricardo Coutinho com transmissões ao vivo no *ativawebgroup*); #odestadual (divulga o orçamento democrático estadual com transmissões ao vivo no *ativawebgroup*); #cracknao (ação conta o crack); #diadaeducacao (Secretaria de Educação comemora o dia da educação e divulga suas ações); #falagovernador (programa na rádio Tabajara, veiculado toda segunda-feira, com transmissões ao vivo no *ativawebgroup*); #contragripe (campanha contra a gripe); #contraaftosa (campanha de vacinação contra a febre aftosa) e #policianaruapb (Secretaria de Segurança divulga as ações dos policiais nas ruas).

²² O twitter (@govparaiba) é o mais novo entre os 10 estados selecionados no *ranking*. Criado em 2010, teve a sua 1ª tuitada em 01 de janeiro de 2011, no ato de posse do governador. De lá para cá já ocupa o 4º lugar e, segundo Igor Medeiros, existem pretensões de no próximo mês (junho) atingir o 3º lugar. Entrevista concedida à Lays Amaro (DEMID/UFPB), em 03/04/2011.

O número de seguidores dos twitters da administração indireta do governo, atualizado em 03 de maio de 2011, revelou entre os três primeiros lugares os seguintes resultados: Governo - 6.836 seguidores; jornal A União - 1.806 seguidores e rádio Tabajara - 1.615 seguidores; em última posição ficou o Corpo de Bombeiros - 107 seguidores, menos da metade dos seguidores da Polícia Militar - 230. Dentre as vinte secretarias observadas, a Secretaria de Cultura (Secult) ocupou o primeiro lugar com 839 seguidores, contra a Secretaria da Receita (SER) com 173 seguidores e a Secretaria da Mulher com 163 seguidores.

A crescente adesão dos brasileiros no Facebook²³ e a queda no Orkut, por sua vez, tende a redirecionar as ações do governo para a rede social de maior popularidade entre os internautas. No Facebook tem sido usada a panfletagem virtual para divulgar as ações e o perfil do governo, incluindo as ações de suas secretarias e órgão diretos e indiretos. Dentre os panfletos com maior repercussão estão:



Além disso, o Facebook também ajuda a disseminar os vídeos do governo postados no Youtube, fazendo com que seus seguidores fiquem por dentro das divulgações. A Secretaria de Comunicação é a responsável pela moderação do Facebook no Gov.Pb²⁴, produz os conteúdos a serem usados na rede, mas as pessoas podem ser multiplicadoras dessas informações com um click no botão “curtir”, e assim todos os seus amigos conectados ficam sabendo e repassam as informações, podem ainda apoiar, criticar, ou sugerir novas ações.

No portal Gov.Pb - com mais de sessenta secretarias e órgão existentes no governo -

²³ De acordo com o Infográfico Facebook de abril de 2011 - desenvolvido pela www.perapluiie-design.com e obtido na www.techenet.com - esta rede social em pouco tempo de existência se tornou uma das maiores do mundo.

²⁴ Disponível em <http://www.facebook.com/govparaiba>.



foram encontrados apenas 14 perfis no Orkut, todos muito parecidos apresentam no “Quem sou eu” telefones para contato e links para Twitter e Facebook. Alguns possuem álbuns com fotos referentes a eventos assim como vídeos, contudo, não ultrapassam mais de 100 amigos, com exceção da rádio Tabajara e o perfil do Governo da Paraíba.

Ao adicionar as secretarias e órgãos foi observado que não houve feedback e apenas 7 (sete) perfis aceitaram o pedido de amizade. Vale dizer que os outros 7 (sete) perfis não aceitaram o pedido, os quais ficaram pendentes depois de 5 (cinco) dias de espera, nestes casos não foi possível ver álbuns fotográficos ou vídeos e nem mesmo acessar recados sem se torna “amigo” dos perfis pendentes, tudo é trancado²⁵.

Foi observado que na Secretaria de Recursos Hídricos, Meio Ambiente e Ciência e Tecnologia para adicioná-la é pedido um e-mail que não se encontra em lugar algum, dificultando o contato do “povo” com o perfil desta secretaria. Sem falar que os perfis criados no Orkut não se encontram linkados nos sites das secretarias e órgãos, impossibilitando a procura dos seus respectivos perfis. Sem nenhuma interação e com os perfis fechados para a população que não é da lista, concluímos que o perfil de cada um desses órgãos e secretarias não passa de mais um perfil entre milhões no Orkut.

Considerações

É imprescindível hoje, o uso de redes sociais (Twitter, Facebook, Orkut) em qualquer portal de governo. A inserção do mundo administrativo e político no meio virtual facilita o acompanhamento das reivindicações e sugestões do cidadão. O governador Ricardo Coutinho costuma dizer em entrevistas na mídia local que: “A caminhada do Estado não é só do governo, é de todo o povo paraibano”. Daí a inclusão da população, a interação com as pessoas, integrarem suas principais propostas políticas, e com a utilização da imagem do povo na foto oficial, o *merchandising* do portal Gov.Pb fortalece ainda mais a ideia de participação nas redes sociais e no governo.

²⁵ Os perfis foram encontrados e adicionados em 28/04/2011, por Camilla Milheiro (DECOMTUR/UFPB): 1. GovPb (pendente); 2. Penitenciária (pendente); 3. Receita (pendente); 4. Cagepa (pendente); 5. Emater (pendente); 6. PBTur (pendente); 7. Sudema (pendente); 8. Controladoria Geral (aceito, 29/04); 9. Desenvolvimento Humano (aceito, 28/04); 10. Rec. Hídricos, Meio Ambiente e Ciência e Tecnologia (aceito, 28/04); 11. Turismo e Desenvolvimento Econômico (aceito, 28/04); 12. Detran (aceito, 28/04); 13. Educação (aceito, 28/04); 14. Rádio Tabajara (aceito, 28/04).



A presença do Governo da Paraíba no Facebook é fundamental, em razão desta rede social ser reconhecida como uma das maiores do mundo. O anseio da população em saber onde está sendo investida a verba pública ou como os projetos são administrados, ou ainda qual a caminhada diária do governador e de suas secretarias, são aspectos disponibilizados nas ferramentas do Facebook. É claro que o portal do governo espera, deste relacionamento entre amigos, alcançar uma estreita aproximação entre a gestão do governador e a população, mas o projeto ainda não foi concluído e muito precisa ser feito nessa direção.

O portal Gov.Pb está organizado em vários links onde podemos acessar: secretarias²⁶, órgãos indiretos e diretos, serviços, poderes, notícias e redes sociais, mas algumas das secretarias ainda estão sem conteúdos²⁷. Órgãos diretos, como Corpo de Bombeiro, Defensoria Pública Geral, Polícia Militar e Procuradoria Geral do Estado, operam com links que dão acesso ao antigo portal²⁸. Os links para órgãos indiretos, em sua grande maioria, remetem a outros portais e há casos nesta área²⁹ em que não existe sequer link de acesso, sendo a Codata a única ligada ao novo portal. O link da PB Gás pelo menos avisa sobre o novo site, seguido de telefone para contato. Já o link dos Poderes ao ser clicado remete para outros portais.

No menu principal, por exemplo, a página “Entre em contato” se encontra vazia; ainda sobre este menu, somos da opinião que o “Newsletter” deveria estar em português e não em inglês. Contamos ainda, no topo do site, com a ferramenta de busca, caso o que se deseja não seja logo identificado e os ícones que direcionam para as redes sociais

²⁶ As secretarias estão em ordem alfabética e podem ser acessadas e lidas em suas principais notícias: Administração; Administração Penitenciária; Casa Civil; Comunicação Institucional; Controladoria Geral; Corpo de Bombeiros; Cultura; Defensoria Pública Geral; Desenvolvimento da Agropecuária e da Pesca; Desenvolvimento Humano; Educação; Especial do PAC; Finanças; Infra-estrutura; Interiorização; Juventude, Esporte e Lazer; Mulher e da Diversidade Humana; Planejamento e Gestão; Polícia Militar; Procuradoria Geral; Recursos Hídricos, Meio Ambiente e Ciência e Tecnologia; Receita; Saúde; Segurança e Defesa Social; Turismo e Desenvolvimento Econômico.

²⁷ Entre as quais estão secretarias de Administração; Comunicação Institucional; Especial do PAC; Interiorização; Mulher e da Diversidade Humana; Planejamento e Gestão; Recursos Hídricos, Meio Ambiente e Ciência e Tecnologia; Segurança e Defesa Social.

²⁸ Os links dos órgãos diretos que dão acesso ao antigo portal do governo são: <http://www.bombeiros.pb.gov.br/>; <http://www.defensoria.pb.gov.br/>; <http://www.pm.pb.gov.br/>; <https://www.pge.pb.gov.br/portal/>. Acessados em 24 de abril e 07 de maio de 2011.

²⁹ Os acessos não disponíveis no portal Gov.PB foram: DOCAS, ESPEP, FUNDAC, FUNECAP, IMEQ, Projeto Cooperar.



linkadas no Gov.Pb³⁰. No menu lateral temos “Serviços” que dão acesso a “Central de compras”, “Sagres on-line”, “Fala cidadão” (espaço para o envio de colaborações ao governo), “Download” (onde pode baixar o brasão do governo e o fundo do site com as fotos dos cidadãos que ilustram o novo portal) e “Web e-mail”.

O Governo do Estado da Paraíba, ancorado em seu portal Gov.Pb, ingressa nas redes e reconhece a importância do Facebook como a maior rede social do mundo, lançada em 2004 por alunos de universidade de Harvard, com mais de 500 milhões de usuários espalhados pelo mundo. Aderir hoje às redes sociais equivale em importância a uma adesão feita nos anos 90 à internet, numa época em que o Brasil estava em fase de consolidação desse meio de comunicação. A participação dos órgãos públicos em redes sociais como o Twitter e Facebook é uma realidade sem volta e que precisa ser melhor investigada.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura). Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa, 2ª ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

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

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulos, 2004.

Sites:

<http://www.paraiba.pb.gov.br/2011/04/11/novo-portal-tem-foco-na-prestacao-de-servico-e-conteudo-multimedia/>. Acesso em 23 de abril de 2011.

³⁰ Mas as redes sociais das secretarias, órgãos diretos e indiretos ainda não são acessadas a partir do novo portal, os perfis que existem circulam apenas nas próprias redes. Observações feitas por Lays Amaro (DEMID/UFPB) e Camila Ramos (DECOMTUR/UFPB), nos dias 23 e 24/04/2011.

