



**Universidade de Brasília**  
**Faculdade de Comunicação**  
**Curso: Comunicação Organizacional**  
**Prof.<sup>a</sup> Dra. Orientadora: Elen Geraldes**

**Como postam os deputados?**  
**Uma análise dos usos do Facebook por deputados federais do Centro-Oeste**

MARIA RITA DA SILVA SANTOS

Brasília/DF, junho de 2016

MARIA RITA DA SILVA SANTOS

**Como postam os deputados?  
Uma análise dos usos do Facebook por deputados federais do Centro-  
Oeste**

Memorial do Produto apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – FAC/UnB, como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação. Sob orientação da Prof<sup>a</sup>. Dra. Elen Cristina Gerales.

BRASÍLIA

2016

MARIA RITA DA SILVA SANTOS

**Como postam os Deputados?  
Uma análise dos usos do Facebook por Deputados Federais do  
Centro-Oeste**

Memorial do Produto apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – FAC/UnB, como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação. Sob orientação da Prof<sup>a</sup>. Dra. Elen Cristina Geraldês.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**

**MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**

---

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elen Cristina Geraldês (FAC/UnB)**

---

**Prof. Dr. Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho (FAC/UnB)**

---

**Prof<sup>a</sup>. Luísa Guimarães Lima (UnB)**

---

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Gabriela Pereira de Freitas (FAC/UnB)**

Aos meus pais, irmãos e sobrinhos, pelo amor, incentivo e apoio incondicionais.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, Rita e Mauro. Os dois foram essenciais em minha vida, encararam a fome e a falta de dinheiro e, mesmo assim, foram capazes de educar três filhos. Minha mãe sempre foi uma mulher forte e determinada. Mesmo não sendo o seu sonho, desempenhou a carreira de professora de ensino fundamental com amor e dedicação o bastante para me ensinar a beleza da profissão. Ela foi grande companheira em todos os momentos da confecção do trabalho, me indicou matérias que tinham relação com os temas que pensei em trabalhar, foi uma das revisoras e importante fonte de opiniões e comentários.

Ao meu pai, que me ensinou muito sobre a vida, mal humor e o amor por cozinhar bolos e doces. Sua luta diária me ensinou muito sobre respeito e relações com o trabalho. Aos meus irmãos, que me instruíram com relação à vida, bom gosto musical e, de modo geral, me ajudaram na formação de minha personalidade. Agradeço também à minha família, que se solidariza com minha luta.

Ao Diego, que se mostrou um grande companheiro. Foi capaz de trazer calma diante de prazos apertados, força para realizar projetos e ótima companhia para momentos de procrastinação. Sua postura diante de momentos difíceis, perseverança e luta são, sem dúvidas, uma grande inspiração para o meu crescimento pessoal e profissional.

Aos meus sobrinhos, Guiga, Jéssika, Ian, Naná, Júlia e Vicente, que aturam uma Super Nanny particular, me ensinaram um pouco sobre maternidade e muito sobre irmandade, parceria e amor incondicional. A todos os colegas que me acompanharam pela caminhada, vocês fizeram valer aquela velha comunidade de Orkut que dizia “Amigos são os irmãos que escolhemos”.

Aos professores de Comunicação Organizacional por todo o conhecimento compartilhado, em especial às professoras Gabriela, Ellis e Elen, que tiveram paciência e atenção perante as minhas dificuldades no processo de conclusão de curso. Agradeço aos Professores Asdrúbal, Janara e Luciano, que também ensinam sobre o amor pela comunicação, pelas artes e pela vida. Agradeço à Rosinha, peça fundamental em meu semestre, e não poderia deixar de agradecer ao professor Thiago Quiroga, por ter me ensinado da maneira mais inusitada que quem acredita sempre alcança.

## RESUMO

Este trabalho traz o resultado de uma pesquisa desenvolvida a partir de páginas de Deputados Federais do Centro-Oeste na rede social Facebook, na qual considera os critérios: Transparência; Interação e Conversação; cujos termos são contextualizados aqui e constituem conceitos que fundamentam a análise. Com relação à transparência, foram consideradas informações como: disponibilidade de biografias, e temas de utilidade pública. Quanto ao critério Interação e Conversação, foram consideradas informações ao respeito da participação do personagem na rede, itens como existência de respostas a comentários, conteúdos gráficos oferecidos e tema de postagens. A escolha desses critérios está em consonância com as oportunidades de interação, participação e colaboração que as redes sociais proporcionam atualmente.

**Palavras-chave:** Deputados Federais, *Facebook*, Democracia, Mídias Sociais, Cibercultura, Interação.

## ABSTRACT

This paper presents the results of a research developed from pages of Brazilian Midwest in the social network Facebook, considering the criteria: Transparency, Interaction and Conversation. These terms are contextualized here and are concepts that underlie the analysis. With regard to transparency, it was considered information such as: availability of biographies and public utility. As for the interaction and conversation criteria were considered information about the participation of the character on the network, items such as the existence of responses to comments, graphic content and themes that were published. The choice of these criteria is in line with the opportunities of interaction, participation and collaboration that social networks currently provide.

**Key-Words:** Congressman, *Facebook*, Democracy, Social Medias, Cyber culture, Interaction.

## SUMÁRIO

1. Eu e a Universidade.....	2
2. A Comunicação Organizacional.....	4
3. O Estágio .....	8
4. Porque Internet e Redes Sociais? .....	9
5. Como Postam os Deputados?.....	13
5.1. Para Quem o Deputado Posta?.....	14
5.2. Pergunta Problema.....	15
5.3. Objetivos:.....	15
I. Geral: .....	15
II. Específicos:.....	15
6. Autores e Metodologia .....	16
7. A Pesquisa.....	20
8. Possibilidades em Comunicação, Política e Redes Sociais.....	22
9. Referências Bibliográficas .....	25

## 1. Eu e a Universidade

Minha história com a Universidade de Brasília (UnB) começa em meados dos anos 90, no estacionamento do Instituto Central de Ciências (ICC). Em um passeio de criança, acompanhei minha irmã - que então cursava Química - em alguma burocracia comum ao período de matrícula em disciplinas. E foi ali, no banco de trás do carro da Tia Lena, que me apaixonei pela UnB. Um estacionamento do tamanho de uma cidade, aquele tanto de árvores, a entrada do Ceubinho tão majestosa e misteriosa ao mesmo tempo foram o bastante para originar em mim o carinho pela UnB.

Aos 14 anos descobri todas as possibilidades que a Internet oferecia, vivenciei o crescimento do Orkut com incansáveis noites em claro discutindo com grandes amigos sobre a cena do rock alternativo londrino e estadunidense, e sobre bobagens da vida. Por ser a mais nova do grupo que participava, carinhosamente nomeado de 'Casinha Felis', assisti meus colegas de redes sociais ingressarem na faculdade. Voltei a ter contato com o universo acadêmico em 2007 com minha amiga Camila Martins. Compartilhávamos o sonho de nos graduar em Design de Moda, mas ela concluiu o curso, e eu não fui tão longe.

Foi em meio a certezas e grandes incertezas que quis cursar medicina veterinária, geografia, química, desenho industrial, moda, gastronomia, engenharia... Uma coisa era certa: eu tinha que ao menos ser aprovada em algum curso na UnB. Nunca fui uma aluna destaque, tampouco me dediquei aos estudos para conquistar minha primeira vaga na universidade. O Programa de Avaliação Seriada – PAS serviu para reforçar minha gastrite nervosa e a incrível habilidade de chorar prestes a ler resultados de provas. No meio do terceiro ano decidi prestar vestibular para o curso que julguei ser capaz de ser aprovada, Letras – Português do Brasil como Segunda Língua (PBSL). Também inspirada pela importância e beleza do ofício da carreira de professor, me matriculei no curso com grandes esperanças.

No primeiro semestre de PBSL pedi duas matérias além das do fluxo do curso. Minha animação não cabia em mim, estava, finalmente na UnB do meu sonho, experimentava uma vida adulta, podia faltar aulas sem pedir, sair de sala de aula quando cansava, escolher o que faria no dia... Não demorou muito, muitas distrações apareceram para atrapalhar os estudos. *Happy hours*, o famoso boteco Pôr do Sol, a

preguiça de acordar cedo foram se tornando cada vez mais interessantes que as aulas de lingüística e inglês instrumental.

Logo ali, no final de meu primeiro semestre, eu já sabia o que todos viam, eu não pertencia àquele curso. No terceiro semestre de PBSL assumi para mim mesma que eu não queria aquilo para minha vida. Graças ao modelo livre da universidade e à possibilidade de transitar por matérias de outros cursos, tentei conciliar uma única matéria do curso de Letras com matérias do primeiro semestre de Desenho Industrial. Acabávamos de voltar de uma longa greve, em 2010; prestes a voltar do recesso de final de ano, tomei a decisão mais complicada até então, eu não voltaria à UnB naquele semestre. Foi difícil contar para minha mãe, me consumi em vergonha e medo por não ter sido capaz de levar adiante um curso na tão famosa UnB, mas Dona Rita me apoiou. Foi ela quem pagou e acompanhou de perto a minha jornada no cursinho pré-vestibular, aturou choro e pedidos incansáveis de desculpas caso eu não passasse no curso que iria escolher.

No cursinho vivenciei o que perdi no final do Ensino Médio. Em meu primeiro dia de aula, sentei no fundo, observava uma sala tomada por mais de sessenta alunos jovens que, na maioria, ainda cursavam o 3º ano do ensino médio. Decidi me isolar até ver uma menina que com certeza também já havia passado pela UnB, “Ufa! Não sou a única do barco!”. Aproveitei cada segundo do meu curso, e fiz grandes amizades: Camila, Hudson e Marcelle foram a ponte para minha grande amiga Juliana Laranja, ex-aluna de Ciências Sociais da UnB. Foi com ela que compartilhei caretas de desaprovação sempre que um professor elogiava a vida de UnB e também o desespero de ter optado por abandonar momentaneamente a universidade. Confesso, ainda sinto saudades das tardes e das manhãs de sábado acompanhada pelos meus colegas.

Eu e Laranja escolhemos nos inscrever para um curso novo, Comunicação Organizacional (Comorg). Era noturno, grade fechada e possuía um extenso currículo com matérias e possibilidades em todas as áreas da universidade. Até então, acreditava ser uma pessoa ligada às artes e criatividade, portanto, a comunicação atenderia meus anseios e seria um curso interessante do início ao fim.

## 2. A Comunicação Organizacional

Logo no início cursamos matérias introdutórias ao curso. As dúvidas quanto à minha escolha ressurgiram durante a ansiedade que precedia provas de “Introdução a Teorias da Comunicação”. Era ali, em meio a tantos textos teóricos, que eu me encontrava? A matéria era integralmente teórica, com muitos textos e teorias para serem absorvidas. Trouxe à flor da pele minha ansiedade que precedia provas e não me sentia no lugar certo. As dúvidas geradas em Teorias da Comunicação foram amenizadas com a disciplina “Linguagens da Comunicação 1”. A professora Gabriela Freitas falava de fotografia com tanto carinho e convicção na disciplina que conseguiu reconstruir em mim o interesse pelo curso.

Não foi um caminho fácil, saí do fluxo do curso e então tive de trilhar sozinha minha caminhada por Comorg. O curso possui grade fechada, o que não possibilita fácil remanejamento de disciplinas: uma vez fora do fluxo, dificilmente se consegue readequar e administrar matérias para que não existam choques de horários. Pelo caminho fiz um grande amigo para piadas sem graça e conversas sobre política, Lucas Lopez foi minha dupla dinâmica e grande incentivador em muitas das disciplinas que cursamos juntos.

Cursei no segundo semestre uma matéria que correspondia ao quarto semestre, “Criação em Comunicação e Publicidade”. Nesta disciplina, tive a certeza de que meu caminho não era em desenho industrial ou moda, pois minha criatividade não funcionava tão bem quanto imaginava. No mesmo semestre cursei “Produção e Edição de Imagem e Som”, onde tive grande dificuldade para manejar os programas de edição, mas mesmo conseguindo realizar todos os trabalhos da disciplina, pude observar que me saía melhor na parte da criação do roteiro. Trabalhei com Josué e Guilherme Werneck, e conseguimos realizar um trabalho bem legal.

Na disciplina de “Técnicas de Jornalismo Impresso e Online”, tive prazer em escrever matérias e crônicas. Me encontrei na teoria da disciplina e me dediquei ao curso. Realizamos como trabalho final uma revista, cuja ideia inicial surgiu de mim e foi acatada pela turma. “O Chaboque” trataria do lado mais “rústico” brasileiro: atrações carnavalescas, banquinhas de churrasco, pontos turísticos abandonados que viraram grandes pombais... Uma forma mais cômica e menos pomposa para falar de nossa cidade avião. No mesmo semestre cursei “Planejamento Gráfico, Visual e Web”

com o professor Luciano Mendes. Sempre gostei de trabalhos manuais, realizei os trabalhos pedidos em sala de aula com prazer e obtive bons resultados, mesmo sendo uma matéria que exige dos alunos criatividade.

Em meu quarto semestre em Comorg mesmo as disciplinas mais pesadas foram fontes de inspiração. Em “Metodologia de Pesquisa em Comunicação” escolhi escrever sobre como as manifestações de junho de 2013 foram retratadas no jornal Correio Braziliense - as relações entre política, redes sociais e comunicação já eram de meu interesse. Em “Teorias da Comunicação Organizacional” tive um maior entendimento do papel do comunicador organizacional na sociedade. Mesmo sendo uma matéria teórica e cheia de leituras, a professora Janara fez com que tudo soasse mais suave, era um dia que dava pena de faltar a aula. Mesmo falando de cansaço, a professora andava de um lado para o outro com tanta animação que passava aos alunos o amor e a mesma empolgação por Comorg.

No sexto semestre, também cursei “Políticas de Comunicação, Sociedade e Democracia” e “Técnicas de Jornalismo em Rádio e TV”. Encontrei novamente professoras apaixonadas pelo que faziam. Elen e Ellis foram fontes de inspiração para mim, afinal de contas, sempre sonhei em trabalhar com o que amo. Elas transpareciam a todo momento que a comunicação era renovadora, inspiradora e apaixonante. No mesmo semestre cursei “Gestão em Comunicação” com a professora Liziane, a gerência de crises era interessantíssima para mim, de fato me apaixonava pela Comorg, passei a gostar das aulas e ter convicção sobre a minha escolha, finalmente eu estava no lugar certo!

Ao realizar um trabalho sobre a doação de leite materno na disciplina de “Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e do Terceiro Setor”, ministrada pelos professores Asdrúbal e Ellis, pude compreender a importância da comunicação organizacional em políticas públicas. O meu amor e carinho por Comorg se consolidava a cada disciplina. No mesmo semestre perdi noites de sono com “Instrumento da Comunicação Organizacional”, trabalhei com uma ong chamada Pellinsky, e em meio a tanto estresse pudemos acompanhar apresentações de danças folclóricas brasileiras, além de ter o prazer de confeccionar as caixas para entregar o trabalho. Tive a honra de ver um trabalho do qual participei receber prêmios na avaliação final durante o “Prêmio ICO”.

Mais adiante, cursei “Assessoria e Consultoria em Comunicação”, matéria prática e trabalhosa na qual realizamos um trabalho para a Secretaria de Comunicação da UnB, uma campanha para a recepção dos calouros, onde, mais uma vez, tive a honra de ver um trabalho do qual participei receber prêmios. Cursei, ao mesmo tempo, uma matéria optativa do curso, “Linguagem Estética e Fotográfica”. Eu e Lopez escolhemos como objeto de estudo as *selfies* e o *Instagram*. Prestes a trilhar meus últimos passos na graduação ao final de 2014, tive grandes problemas familiares. Meu sobrinho mais velho passou por surtos esquizofrênicos acarretados pelo uso de drogas psicotrópicas. Foram tempos emocionalmente pesados e difíceis quando tive de conciliar a vida, o pré-projeto de TCC, matérias teóricas que deixei para o final e o estágio. Procurava no trabalho métodos de sanar minha ansiedade, meu rendimento como estudante caía e pouco a pouco temia ter ido tão longe para “morrer na praia”.

No sétimo e oitavo semestres, cursei a matéria optativa “Publicidade e Sociedade” e a obrigatória “Gestão Estratégica para a Sociedade”. Nestas disciplinas obtive a certeza de que a comunicação exerce um importante papel na sociedade. As atribuições de um comunicólogo vão muito além da apresentação de jornais e redação de matérias. Podemos mudar a percepção pública de um fato, melhorar ambientes de trabalho com a comunicação interna, criar peças audiovisuais que vão além do lazer. Com este diploma, recebemos também a responsabilidade de servir à sociedade de maneira ética e realista. Nas palavras de Brandão (2006), o curso de Comunicação Organizacional:

No âmbito destes cursos, prepara-se o profissional para entender o processo de comunicação das organizações, capacitando-o para analisar, construir e gerir a informação disseminada para diferentes tipos de públicos. Com este sentido, a comunicação pública tem como objetivo primeiro o mercado e a construção de relacionamentos com os diversos públicos das corporações, com o intuito de vender - seja uma imagem, seja um produto, seja uma ideia, seja uma fé - e obter lucro financeiro, pessoal, em status ou poder. (Brandão, 2006, p. 3)

Cursei a disciplina de pré-projeto duas vezes, ambas turbulentas e complicada. Aquilo que tinha me atraído no curso me atrapalhava na reta final. São tantas coisas que gosto e me interessam, qual tema seria interessante o bastante para o meu último trabalho como graduanda da UnB? Tentei na gastronomia, na própria Comorg no âmbito de gestão de crise e comunicação interna e acabei na política. Sem dúvida as orientações

das professoras Gabriela e Ellis foram de extrema importância para mim, e escolhi a Prof. Dra. Elen para me guiar na confecção do meu TCC.

Já cursando a disciplina final do trabalho de conclusão de curso, pretendia entender relações entre a comunicação e a formação ideológica política do jovem. Diante de bloqueios criativos, este tema ficou como desafio para um possível mestrado. A pouco mais de dois meses da entrega, no auge de votações e debates do *impeachment* de Dilma Rousseff, me questionei sobre a relação de políticos com redes sociais.

### 3. O Estágio

Decidi por procurar um estágio no quarto semestre, quando me enxerguei na comunicação. Tive a oportunidade de estagiar por um mês no Ministério do Meio Ambiente, mas em um trabalho mecânico de inserção de notícias no sistema do ministério. Logo em seguida fui aprovada em uma entrevista no Senado Federal.

Iniciei o estágio na Taquigrafia em novembro de 2013. A priori não sabia muito bem do que se tratava. O trabalho consistia em gerar uma espécie de mapa para que os taquígrafos realizassem a degravação do áudio após a realização das comissões do Senado. Pouco a pouco me apaixonei pelas comissões, lá tive a oportunidade de acompanhar, além das comissões permanentes da casa, colegiados de projetos de leis, comissões de investigação parlamentar, comissões de especialistas e juristas... Aprendi de perto o processo legislativo, ao entender melhor o funcionamento do governo e me interessei mais ainda pelos processos políticos no Brasil.

Sempre tive a preocupação por não estagiar na minha área, mas no Senado pude aprender muito sobre gestão de pessoas e comunicação interna. Fiz grandes amizades, ali conseguia conversar de tudo com todos, principalmente com Cibery, uma ótima advogada para o futuro, com quem podia conversar sobre novelas mexicanas e moda, e o colega de curso Guilherme, extremamente apaixonado por Comorg, e que compartilhava comigo comentários políticos e conversas sobre tendências da comunicação.

Em minha jornada de dois anos como estagiária do Senado Federal, vi com preocupação a apatia exercida pelos cidadãos durante comissões importantes para o avanço de leis, resolução de problemas que concerniam aos direitos humanos e em todos os aspectos da legislação. Mesmo com portais que ofereciam interatividade, a população, aparentemente, não se fazia presente.

Como uma futura comunicadora organizacional, percebia a falta de interação entre Senadores e população. Mesmo se houvesse o interesse, os políticos não estavam inseridos de forma adequada nas redes sociais mais acessadas pela população brasileira. A página do órgão no *Facebook* publica imagens de utilidade pública com proposta de compartilhamento, mas não me pareciam eficazes tendo como base o conhecimento adquirido em Comunicação Organizacional.

#### 4. Porque Internet e Redes Sociais?

Desde sua concepção, a internet ofertava uma descentralização da comunicação, ao criar novos meios para a troca de informações entre as pessoas. Com finalidade militar, a internet foi utilizada e aprimorada em meio à Guerra Fria (1947-1991). A internet chega ao Brasil com o interesse da Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo (Fapesp), pela troca de informações com institutos educacionais internacionais. A priori, sua utilização era restrita a instituições educacionais e de pesquisa e a órgãos do governo. Na época em que ainda não existiam *sites*, sua finalidade era a troca de e-mails.

A rede torna-se disponível aos usuários brasileiros a partir de 1995 com o início da operação comercial dos provedores de acesso à internet. Os avanços tecnológicos e a popularização dos computadores pessoais permitiram protagonismo da internet, tornando-a parte do dia a dia da população. Foi na década de 2000 que a internet conquistou o gosto do brasileiro. O fácil acesso por meio de computadores pessoais, *smartphones* e a opção de contratação da rede de banda larga foram fatores importantes para o início da democratização da rede.<sup>1</sup>

Durante todo o curso de Comunicação Organizacional, é apresentado aos alunos as possibilidades comunicacionais não hegemônicas que a internet oferece para a gestão da comunicação. Um questionamento importante feito em “Instrumentos da Comunicação Organizacional” me acompanha todas as vezes em que avalio algum blog, site ou rede social: com qual finalidade você está inserido neste meio? Na pesquisa realizada durante a confecção de meu artigo, encontrei muitas páginas, não só no *Facebook*, mas também *sites* e *Twitter* desatualizados, obsoletos e sem uma finalidade clara.

As novas mídias abriram um espaço movido pela interação, onde as pessoas estipulam o fluxo de informações. Assim, as relações de emissor e receptor não são necessariamente fixas e hierárquicas. Para Recuero (2014):

A conversação é, portanto, um processo organizado, negociado pelos atores, que segue determinados rituais culturais e que faz parte dos processos de interação social. Não se trata apenas daqueles diálogos orais diretos, mas de inúmeros fenômenos que compreendem os elementos propostos e constituem as trocas sociais e que são construídos pela negociação, através da linguagem, de contextos comuns de interpretação pelos atores sociais. (RECUERO, 2014, p. 31)

---

<sup>1</sup> História da Internet no Brasil. Disponível em  
<<http://homepages.dcc.ufmg.br/~mlbc/cursos/internet/historia/Brasil.html>>

Conteúdos relevantes tendem a ser compartilhados de forma viral, atingindo grandes proporções em curto espaço de tempo. As mídias sociais são meios de comunicação livres para compartilhamento de conteúdo e que possibilitam alguma relação com o público pretendido e facilidade na propagação de informações. As trocas de conteúdo realizadas em ferramentas como o *Twitter* e *Facebook* são, em maior parte, públicas e tendem a ser permanentes. Recuero (2014) defende que tais características são capazes de delinear redes, trazer informações sobre sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções de grande grupos de pessoas.

Tais interações por meio de redes sociais são capazes de influenciar a cultura, espalhar informações e memes, organizar protestos, pois acompanham ações políticas e públicas. Recuero (2014) afirma que é nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída.

O uso destes meios de relacionamento impulsiona a interação entre as pessoas e organizações ou empresas. A voz ativa é o principal diferencial das redes sociais, pois o indivíduo é livre para se expressar e para se dirigir diretamente a quem deseja, invertendo-se a todo momento as posições de emissores e receptores das informações. As redes sociais são canais que se tornaram essenciais para grande parte das organizações nos dias de hoje, principalmente por serem ferramentas capazes de realizar múltiplas ações, como mobilizar pessoas em prol de causas, trazer visibilidade para a marca, divulgar eventos, captar patrocinadores e doadores em potencial, dentre outros.

Segundo André Telles (2010), ainda é comum encontrar quem confunda os conceitos de redes e mídias sociais. As mídias sociais tem como principal foco a difusão de mensagens, pois divulgam conteúdos e ao mesmo tempo permitem que exista algum tipo de interação entre os atores. Um blog ou um perfil no *flickr*, por exemplo, possuem finalidades específicas, o compartilhamento de informação e fotos, e possibilitam que os seus leitores e usuários se expressem por forma de comentários ou compartilhamento. Seus objetivos principais são a divulgação deste conteúdo, e em segundo plano há a interação.

Nas redes sociais, há o estreitamento de laços e criação de elos que unem pessoas que possuem algum tipo de relação ou interesse mútuo. Nas redes sociais a conversação e a troca de informação entre os usuários está em primeiro plano, existem meios diversos para que haja efetivamente a troca de informações e ambiente próprio

para a conversação entre os participantes. De uma maneira mais direta, redes sociais são redes de relacionamentos.

O trabalho realizado propôs compreender o uso de redes sociais pelos Deputados do Centro-Oeste de modo a assimilar qual o uso que estes personagens fazem do ciberespaço. De acordo com Pierre Lévy (2010), tal espaço encoraja dinâmicas de reconstituição do laço social, desburocratiza as administrações e otimiza em tempo real os recursos e equipamentos da cidade, propondo a experimentação de novas práticas democráticas. O *Facebook* é utilizado pela maioria dos usuários brasileiros, tornando-se então uma importante comunidade representativa. Com pesar, os dados colhidos durante a pesquisa concordam com Lévy quando o autor afirma que a atual utilização do meio por políticos se faz caricata.

A verdadeira democracia eletrônica consiste em encorajar, tanto quanto possível – graças às possibilidades -, a expressão e a elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações por parte dos grupos diretamente afetados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e sua avaliação pelos cidadãos. (Lévy, 2010, p. 190)

Os deputados, na teoria, representam os interesses da população do estado pelo qual foram eleitos. Criar canais de comunicação alternativa e menos burocrática otimizaria essa interação e poderia gerar propostas e projetos de leis mais adequados ao país. A interação por meio da rede social *Facebook* também permite àquele que recebe essas conexões sem retorná-las, que também se beneficie sob outros aspectos, como reputação, visibilidade e popularidade (RECUERO, 2012).

A falha interação desempenhada pelos deputados avaliados na rede social, ainda assim, seria proveitosa do ponto de vista das teorias de Pierre Bourdieu (1981), que sugerem que:

(...) Nas situações em que se constitui a opinião, em particular as situações de crise, as pessoas se encontram diante de opiniões constituídas, de opiniões sustentadas por grupos, de forma que escolher entre duas opiniões é evidentemente escolher entre grupos. (Bourdieu, 1981, p. 9)

Receber curtidas em suas páginas, o que propicia visibilidade e transparece a popularidade de um personagem, seria um importante passo à agregação de líderes de opinião dos mais diversos pontos de vista, os quais influenciam outras pessoas em decisões específicas de maneira mais efetiva do que meios de comunicação coletiva, pois possuem relações estreitas com os seus “influenciados”. Consequentemente, tendem a compartilhar as mesmas características e situação social entre si.

As redes sociais a cada vez mais se consolidam no papel de agrupar personagens sociais, formadores de opinião e população em geral para determinados fins, políticos ou não. A participação deste meio na formação da sociedade e da democracia parece-me indispensável aos estudos futuros da comunicação por possuir protagonismo em grandes manifestações culturais e políticas da sociedade brasileira nos últimos anos.

## 5. Como Postam os Deputados?

Visto a importância da comunicação para a publicização de decisões políticas e tendo em vista a participação do brasileiro nas redes sociais - já que, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) a inserção da população brasileira na internet tem crescido com os anos -, é do interesse de profissionais de comunicação o uso que personagens políticos têm feito destes meios. De acordo com dados fornecidos pelo governo<sup>2</sup>, quase metade da população (48%) utiliza a internet. 65% dos jovens com até 25 anos acessam a rede diariamente, e o percentual de pessoas que utilizam a internet todos os dias cresceu de 26%, entre 2014 e 2015<sup>3</sup>.

Qual o uso que fazemos das redes sociais enquanto profissionais de Comunicação? Em suas definições, as redes sociais têm como finalidade a interação entre pessoas e o compartilhamento de conhecimento. Porém, mesmo em páginas explicitamente administradas por uma assessoria de comunicação, foi observado o uso obsoleto da rede. O objetivo parece ser o número de curtidas, e não proporcionar a conversação entre os atores. Seguir um político nas redes sociais pode não representar uma amizade, mas de certo é um laço associativo, “proveniente da associação entre os atores permitindo que associem-se por interesses comuns e ideias semelhantes. Se unem em comunidades ou grupos sem necessariamente interagir depois disso”. (Recuero, 2012)

Estes laços, ainda segundo Recuero (2012), geram valor e influenciam as redes sociais. Nesse sentido, ser seguido em redes sociais por um grande número de pessoas modifica a percepção dos demais: o número de seguidores, por exemplo, influencia na reputação construída e na visibilidade obtida pelo ator.

Afinal, a participação de políticos nas redes sociais serve apenas para a troca de *likes*? Em âmbitos democráticos, as redes sociais se apresentam como possibilidade de interação não burocratizada, porém, como observado na pesquisa realizada, o *Facebook* tem sido utilizado para fins de autopromoção, um espaço livre onde o deputado envia e recebe cartas que não lê. A pesquisa foi realizada tendo como interesse a melhor percepção da maneira como os Deputados Federais do Centro-Oeste estão utilizando o *Facebook*.

---

<sup>2</sup> E na Pesquisa Brasileira de Mídia disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>: Acesso em 20/05/2016

<sup>3</sup> Dados colhidos no blog do Planalto disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/brasileiros-ficam-mais-tempos-conectados-que-assistindo-tv-confirma-pesquisa-de-midia-da-secom/>> Acesso em 10/06/2016.

### 5.1. Para Quem o Deputado Posta?

Não podemos afirmar que o uso único e restrito de redes sociais em campanhas possa garantir bons resultados ao final da contagem de votos, mas uma rede social bem gerida tem a capacidade de mobilizar militâncias digitais para a propagação da mensagem eleitoral. O seu uso contínuo e adequado pode garantir ao deputado em questão aproximação com o seu público. Portanto, é de interesse do gestor desta página realizar monitoramento do conteúdo que a página oferece.

É possível, por meio de uma página no *Facebook*, coletar dados que identifiquem gênero, dados demográficos, socioeconômicos, faixa etária, etc. Tais dados fazem com que seja possível determinar e analisar o perfil dos eleitores, bem como a forma como a imagem do político tem sido percebida e discutida pela audiência. O acompanhamento de comentários e mensagens privadas que esta página recebe também pode dizer muito sobre a recepção do público. Textos de teor positivo (elogios, parabenizações, propostas, etc) e de teor negativo (cobranças explícitas, xingamentos, ridicularização do deputado, etc) contribuem para traçar estratégias e planejamentos adequados para a imagem. Tornaria-se, então, imprescindível a necessidade de interação com seus seguidores, por meio de respostas ou curtidas e um planejamento de participação em rede social que se adeque às necessidades do ator.

Durante o período em que o processo de impedimento da Presidente Dilma Rousseff tramitou na Câmara dos Deputados ocorreram movimentos no *Facebook*, propondo que os cidadãos cobrassem dos deputados de seu estado um posicionamento claro diante a intenção de voto, e pressionassem para que os ainda indecisos se posicionassem.

(...) devemos construir uma presença digital constante e manter uma interlocução cada vez maior entre filiados e militantes em todos os municípios do País. Para tal, é preciso intensificar a nossa presença nas redes sociais e nas novas mídias. Assim, conclamamos os dirigentes estaduais a estimular todos os diretórios municipais e zonais a criar perfis e contas no Twitter e no Facebook. (Brasil 247<sup>4</sup>)

Segundo o Partido dos Trabalhadores (PT), em 11 dias, mais de 600 mil mensagens contrárias ao processo de *impeachment* da Presidente Dilma Rousseff foram enviadas<sup>5</sup> a deputados e senadores através do site [www.naovaitergolpe.org.br](http://www.naovaitergolpe.org.br), que

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://www.brasil247.com/pt/247/midiatech/135587/PT-pede-mais-engajamento-de-militantes-nas-redes-sociais.htm> > Acesso em 10/06/2016

<sup>5</sup> Disponível em: < <http://www.pt.org.br/site-contr-a-golpe-ja-enviou-mais-de-600-mil-mensagens/> > Acesso em 10/06/2016

oferece pesquisa por nome ou partido e que disponibiliza foto e links para acesso a redes sociais dos deputados e senadores.

Assim, podemos afirmar que as redes sociais como o *Twitter* e o *Facebook* têm recebido protagonismo na militância política brasileira, o que torna o tema abordado no artigo de suma importância aos estudos da Comunicação, e um importante meio para o desenvolvimento comunicacional de políticos brasileiros.

## **5.2. Pergunta Problema**

No caso dos órgãos legislativos, há a possibilidade de fomento a novas leis e esclarecimentos de dúvidas a respeito de projetos que estão em tramitação no Congresso Nacional. Grande parte da população brasileira utiliza redes sociais como o *Facebook*: de acordo com a PBM de 2015, 83% dos internautas brasileiros estão conectados no *Facebook*.

Dentro deste contexto, se coloca a pergunta: como os deputados federais do Centro-Oeste utilizam o Facebook? Sua inserção nesta rede social tem qual finalidade, a publicidade ou o fortalecimento do diálogo com a população?

## **5.3. Objetivos:**

### **I. Geral:**

Realizar uma pesquisa exploratória nas páginas oficiais dos Deputados do Centro-Oeste de modo a entender como se dá a interação realizada neste meio.

### **II. Específicos:**

- Definir se os deputados postam conteúdo.
- Determinar a finalidade das publicações realizadas no Facebook, se têm como foco utilidade pública, publicidade, definição de posição político-partidário, etc.
- Avaliar se existe relação entre número de ‘curtidas’ nas páginas e atividade do Deputado na Rede.
- Compreender como os deputados mais curtidos se portam no Facebook.

## 6. Autores e Metodologia

Logo no início da produção, se fez necessário a pesquisa sobre autores que tenham desenvolvido trabalhos sobre o tema. Também foi importante compreender o ciberespaço, onde se situam as redes sociais. Nesse sentido, Pierre Lévy foi de grande interesse aos propósitos iniciais. Segundo o autor, o termo “ciberespaço”, indica claramente a abertura de um espaço de comunicação qualitativamente diferente daqueles disponíveis antes dos anos 80.

A conexão dos computadores do planeta e dispositivo de comunicação ao mesmo tempo coletivo e interativo, não é uma infraestrutura: é uma forma de usar as infraestruturas existentes e de explorar seus recursos por meio de uma inventividade distribuída e incessante que é indissociavelmente social e ética. (Levy, 2010, p. 198)

Vários artigos e pesquisas acadêmicas com o tema de redes sociais e política também serviram de apoio à produção. Em seu artigo, Márcio Cunha Carlomagno (2015) chega a importantes conclusões que permeiam o âmbito de interesse do artigo a ser produzido. Ele observa que há “decréscimo no uso de *websites* em virtude da fácil disponibilidade e acesso de mídias sociais para os candidatos” (CARLOMAGNO, 2015, p. tal). Verificou-se que candidatos que possuíam menos recursos para as campanhas também optaram pela inserção na rede social.

Ainda de acordo com as constatações do autor, percebe-se maior utilização de redes sociais a partir de 2010, ano em que a legislação eleitoral brasileira permitiu o uso de mídias pelos candidatos.

Nota-se também uma acentuada preferência pelo Facebook entre os candidatos, ao contrário da expectativa gerada por muitos de que o Twitter iria ser a mídia preferida em virtude de sua facilidade em promover a comunicação de ‘um para muitos. (CARLOMAGNO, 2010, p. 11)

O autor indica que os candidatos prefeririam interagir com os apoiadores mais ativos, o que configuraria uma relação de “*Two Step Flow*”, onde estes apoiadores espalham o conteúdo de interesse a este candidato, agregando valor e chamando atenção de possíveis novos seguidores, abstendo este candidato de realizar abordagens mais ativas e ofensivas diante do eleitorado participante da rede.

Vera Chaia (2009) salienta que “os partidos políticos no Brasil estão começando a perceber a importância das comunidades online” (p. 3). Comunidades analisadas pela pesquisadora possuíam caráter crítico em relação à política, e revelavam intenções de

voto e posicionamentos políticos e ideológicos da população. Após o *case* de sucesso durante as eleições norte-americanas de 2008, quando o então candidato Barack Obama se sobressaiu aos seus concorrentes no uso das novas mídias, esta ferramenta passou a ser melhor utilizada nas campanhas eleitorais brasileiras de 2010.

Os então pré-candidatos, Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (Casa Civil), José Serra (PSDB), Geraldo Alckmin (PSDB), possuíam, em média, 50 comunidades de apoio na rede social Orkut um ano antes das eleições. Chaia afirma que:

As campanhas eleitorais mudaram as suas estratégias políticas, pois além de reconhecerem a importância da introdução das novas tecnologias no processo político, também estão sendo utilizadas novas maneiras de conquistar o eleitorado.(CHAIA, 2009, p. 5)

Quando partimos da construção da interação ocorrida neste espaço, as teorias trabalhadas por Raquel Recuero se fizeram necessárias para o melhor entendimento desse cenário.

Se observarmos, por exemplo, os recados do Orkut, é imediatamente perceptível que se trata de uma forma assíncrona de interação e que as conversações que ali são desenvolvidas espalham-se pelos perfis dos envolvidos, que respondem cada qual no perfil do outro interagente. No entanto, é possível observar práticas síncronas, “como aquela de ‘marcar um encontro’ em um perfil aleatório e fazer dele um *chat*” (RECUERO, 2012, p. 35).

A ação de se criar uma espécie de *chat* em comentários tornou-se comum em interações no *Facebook* e pode ser observada em diversas páginas, assim como no exemplo que ocorre na página de Rogério Rosso e Victório Galli:

Exemplo 1:

**Usuário 1** VITORIO Galli vc é um babacão, vai gastar o dízimo que vcs recebem!!!

6 de abril às 23:02

**Usuária 1** O babacão é você, que é obrigado a pagar impostos e nem sabe o que será feito do seu dinheiro. Dizimista dá o que quer e quando quer.

7 de abril às 00:36

**Usuário 1** *Usuária 1* vc deve ser aquelas evangélicas que já pintou e bordou e agora tá salva, igual esse Deputado que até agora me pergunto, o que faz um eleitor votar num cara desses que não acrescenta nada na Política parece Maria vai com as outras, acha bonito dizer que é a favor do impeachment pra dizer que é elite, vão levar porrada mais uma vez, Lula 2018 será a quinta derrota para amargar!!!

7 de abril às 00:50

**Usuário 2** *Usuário 1* uma pessoa da sua idade deveria da exemplo para os mais jovens, aprenda a respeitar rapaz. Só falou merda

7 de abril às 02:01 · Editado

**Usuária 2** *Usuário 1* cria vergonha nesta cara palhaço dos petralhas

7 de abril às 02:53

**Usuário 3** Petralha canalha

7 de abril às 08:15

**Usuário 1** Esses evangélicos são todos tapados, o que o Pastor fala é lei, vcs deveriam acreditar só em Deus é não esses parasitas que usam da fé desses desinformadas para ficar rico, lamentável...

7 de abril às 11:09

**Usuário 4** *Usuário 1* VC só pode ter comido o que defecou, intolerância religiosa é crime viu, fica esperto.

7 de abril às 18:13

**Usuário 1** Ai louca, me processa então!

7 de abril às 23:06

**Victório Galli** O sujeito acha que todos são como ele.

7 de abril às 23:35

**Usuária 1** *Usuário 1* vai saudar uma mandioca, vai.

7 de abril às 23:54

**Victório Galli** Dos frutos conhecereis a árvore.

7 de abril às 23:59

### Exemplo 2:

**Usuária** Parabéns Rogerioooo!!! Vc lembra de mim? Filha do Miguel de Oliveira!!

1 de maio às 14:02

**Rogério Rosso** Nossa Usuária!! Quanto tempo ...Que maravilha ver você aqui !!! Aparece depois . Grande abraço e todos sentimos muita falta do seu Pai.

1 de maio às 16:40

**Usuária** Rogério Rosso estou morando em Salvador e trabalho na Ford na fábrica da Bahia, no mesmo departamento que meu pai trabalhava. Quando eu for a Brasília, avisarei para ver se a gente se encontra. Grande abraço!! ☺

1 de maio às 18:03

**Rogério Rosso** Usuária seu pai sempre muito talentoso, inteligente e amigo muito apaixonado pela filha. Será uma honra recebê-la! Um abs

1 de maio às 18:06

Recuero explica que tais ações, tratam-se:

de uma apropriação ao mesmo tempo técnica – o aprendizado do uso – e simbólica – o uso para a conversação. A apropriação, em sua dimensão simbólica é, portanto, criativa, inovadora e capaz de suplantar os limites técnicos da conversação mediada por computador.(RECUERO, 2014, p. 35)

A metodologia utilizada para a realização da pesquisa utilizou como suporte a pesquisa realizada por Ivone Ananias dos Santos Rocha e Cristina Schmidt (2015), que teve como objeto de estudo o uso da internet como instrumento de transparência para vereadores. O artigo estuda o uso de sites pelos deputados e a interação que eles propoem neste meio. Em suas considerações finais, demonstram que as estratégias utilizadas pelos políticos analisados são falhas. Demonstram, de acordo com as autoras, o “baixo grau de importância dado por eles à comunicação e às novas tecnologias, assim como pouco crédito às relações com seus públicos por meio desses canais” (ROCHA; SCHMIDT, 2015, p. 13).

As considerações apontadas por Rocha e Schmidt (2015) também puderam ser observadas no uso do *Facebook* por deputados federais do Centro-Oeste. A existência das páginas na rede social não garante boa repercussão: ainda há grande defasagem

quanto ao conteúdo compartilhado, inexistência de interação efetiva com os seus seguidores, pontos que frisam a necessidade de um melhor entendimento da importância que estas redes tomaram no dia-a-dia do público e a urgente necessidade de planejamento e estratégias eficazes para a participação destes atores no meio.

## 7. A Pesquisa

O interesse pela temática proposta no artigo se deve ao massivo compartilhamento de usuários a respeito das justificativas dos votos no processo de *impeachment* ocorrido no dia 17 de abril de 2016. Tal momento, para alguns usuários, serviu para o primeiro contato com deputados que ocupam cadeiras no Congresso Nacional. Ora, se muitos dos deputados foram conhecidos pelo público apenas após a exibição de votação plenária em rede nacional, seria de se esperar que possíveis eleitores fossem atrás de mais informações e, talvez, buscassem interação com o deputado.

Durante a pesquisa, foi possível constatar que a apresentação pessoal de cada deputado não é unânime: alguns apenas disponibilizam textos de uma espécie de “currículo” copiado do site da Câmara dos Deputados, outros disponibilizam enormes textos gerados em tempos de eleição, que não compactuam com o modelo textual dinâmico e informal que é comum ao *Facebook*.

Outro aspecto analisado foi a questão de serviço de utilidade pública. Desde o momento em que os deputados analisados assumiram seus cargos, em 1º de fevereiro de 2015, ocorreram surtos de doenças, crises econômicas e políticas e diversas tramitações de projetos de leis. Foram analisados temas que não tratavam do assunto *impeachment*. Entre os 41 deputados analisados, apenas 28 apresentaram material com fins de utilidade pública.

Os assuntos tratados nessas postagens, eram, em maioria, sobre surto de doenças como Zika Vírus, Dengue e Gripe H1N1, ou tratavam de projetos de leis de autoria do deputado dono da página. Dentro desse aspecto, foi possível analisar a produção própria para a finalidade de redes sociais, conteúdos audiovisuais que tinham como principal foco a rede social do deputado. Em imagens, são dispostas uma assinatura visual com o nome do personagem e o nome de usuário em outras redes, como, por exemplo, *Twitter* e *Instagram*.

Existem iniciativas interessantes, como as dos deputados Delegado Valdir, Rogério Rosso e Carlos Marun, que trataram de forma pouco mais informal a rede, aproximam-se de seus interlocutores por meio de vídeos e imagens mais elaboradas ou de cunho mais pessoal, que propiciam ao público um melhor conhecimento de suas personalidades.

O *Facebook* não disponibiliza ferramentas que facilitam a realização de pesquisa dentro da linha do tempo, o que tornou mais demorada a avaliação de cada página. Foram analisadas as postagens realizadas nas datas de 1º de março a 1º de maio do ano de 2016. O levantamento dos dados colhidos nas páginas selecionadas ocorreu entre as datas de 17 a 20 de maio, onde pude avaliar minuciosamente comentários, respostas e teor de publicações.

## 8. Possibilidades em Comunicação, Política e Redes Sociais

A democracia se consolida quando há a atuação da população no desenvolvimento da política. Por ser um país de larga extensão, se faz ainda mais necessária a presença da Comunicação Pública que, nos últimos anos, vem se transformando em um conceito identificado com o processo de comunicação instaurado entre Estado, Governo e Sociedade Civil (BRANDÃO, 2006).

Nos últimos onze anos tornou-se comum no Brasil a ampla divulgação de escândalos políticos, principalmente em meios televisivos. A comissão parlamentar de investigação que tratava do “Mensalão” foi uma das primeiras a tomar amplo espaço nos noticiários brasileiros. A divulgação de escândalos políticos tornou-se ainda mais em voga com a “Operação Lava Jato”, que, por envolver políticos de diversos partidos e ter a possível associação de presidentes nos processos de desvio de dinheiro público, tomou importante espaço midiático a cada nova fase.

As mobilizações populares organizadas pela internet se mostraram eficazes ao conseguir levar às ruas milhares de jovens durante protestos do Movimento Passe Livre (MPL) na cidade de São Paulo, em junho de 2013. O protesto encheu a famosa Avenida Paulista e foi o bastante para incentivar diversas outras manifestações em território nacional. Os protestos que clamavam por mais educação, saúde e menos corrupção foram capaz de acelerar o processo da Proposta de Emenda Constitucional 37/2011<sup>6</sup>.

Não distante, vimos amplamente divulgado na imprensa brasileira diversas mobilizações populares a favor e contra o governo de Dilma Rousseff no período de 2015 ao início de 2016. Todas as manifestações supracitadas foram organizadas, principalmente, por meio de redes sociais como o *Twitter* e *Facebook*, que permitem ampla propagação de postagens e eventos.

Está na constituição brasileira a obrigatoriedade da administração pública de tornar públicas suas decisões, gastos, investimentos, contratações... O uso de redes sociais poderá, então, não só trazer proporcionar interação entre políticos, instituições e sociedade, mas também proporcionar um espaço para que democratizar a informação. Nesse sentido, os governantes e órgãos públicos teriam nas redes sociais um meio mais

---

<sup>6</sup> Ficou conhecida apenas por PEC 37, se fosse aprovada, o poder de investigação criminal seria exclusivo das polícias federal e civis, retirando esta atribuição de alguns órgãos e, sobretudo, do Ministério Público. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/entenda-o-que-e-a-pec-37>> Acesso em 25/05/2016

próximo de divulgar informações não manipuladas por terceiros, livres de vícios jornalísticos, e reais.

"Interação" constitui a palavra-chave para definir tais plataformas, uma vez que o perfil de utilização das mídias sociais pressuporia a oportunidade para que usuários diversos contribuam com a produção, a difusão e, naturalmente, com o consumo de informações (MARQUES, 2014).

Cabe a um profissional de Comunicação Organizacional que desempenha as funções de administração de redes sociais permitir que a interação entre os personagens seja proveitosa. Fairbanks (2005) afirma, “*encouraging and facilitating effective communication practices within a government agency in a democracy can be seen as the responsibility of the public relations or communications staff*” (p.11).

Nesse sentido, um passo essencial a fim de se incrementar a transparência seria garantir que a informação circule, com boa qualidade e profundidade, através dos mais diversos canais. É justamente neste ponto em que se encontram as expectativas acerca das contribuições que a comunicação digital poderia oferecer para facilitar o trabalho dos mecanismos de transparência. (MARQUES, 2014, p. 8)

Criar uma página no Facebook sem efetuar publicações ou de fato emitir opiniões e responder aos seu público não é o suficiente. Chama a atenção nos resultados obtidos a falta de tato que os deputados têm com a rede. Dentro do proposto, todos os 41 políticos analisados possuem páginas na rede, e, mesmo assim, apenas 21 apresentaram respostas contruídas e com conteúdo.

O meio das redes sociais é relativamente novo às interações políticas brasileiras, e representa um desafio aos profissionais da Comunicação a gerência adequada das redes. Para os políticos que possam fazer questão de realizar as postagens e comentários na rede, é necessário que profissionais de *media training* obtenham conhecimento o bastante na área para orientá-los adequadamente. Alguns deputados pesquisados agem de forma inadequada, que beira a falta de educação para com os seguidores que realizam algum tipo de crítica.

A pesquisa realizada aponta que existe, sim, a inserção destes atores no meio, mas a utilização da rede social ainda é subestimada em tempos que não envolvam o período eleitoral. É possível procurar meios que justifiquem tal desinteresse demonstrado por alguns personagens avaliados, mas poderíamos, então, ter esperança

de que um formador de opinião realize compartilhamentos e atribua ao deputado maior confiabilidade diante de determinadas comunidades sociais.

Ainda sim, o trabalho aponta que ainda é necessária a realização de maiores pesquisas no âmbito político inserido nas redes sociais, não só para fins publicitários e de *marketing* pessoal, mas para a constante construção democrática e a conscientização política para a população brasileira. Estes temas são de interesse aos profissionais que eventualmente terão de interagir com questões de políticas públicas e Comunicação.

## 9. Referências Bibliográficas

BARBOSA, Bia. **Direito à comunicação é instrumento de inserção social**. Agência Carta Maior, 2004. In: < <http://www.piratininga.org.br/artigos/2004/01/barbosa-insercao.html>>

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação**. São Paulo, Moderna, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **A Opinião Pública Não Existe**. In: THIOLENT, Michel. *Crítica Metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo : Polis, 1981. p. 137-151

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Usos e Significados do Conceito de Comunicação Pública**. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2006

CARLOMAGNO, Márcio Cunha. **Eleições como de Costume? Uma Análise Longitudinal das Mudanças Provocadas nas Campanhas Eleitorais Brasileiras Pelos Impactos das Tecnologias (1998-2014)**. VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), 2015.

CHAIA, Vera. **As novas formas de participação política e as comunidades on-line. Estudo do Orkut, Facebook y Myspace**. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires. (2009)

FAIRBANKS, Jenille. **Transparency in the Government Communication Process: The Perspective of Government Communicators**. Tese, Brigham Young University, 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34, 3ª ed, 2010.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **INTERNET E TRANSPARÊNCIA POLÍTICA**. XXIII Compós, 2014, Paraná. Anais da 23ª Compós, 2014. Disponível em:

<[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT05\\_COMUNICACAO\\_E\\_POLITICA/artigoformatadocompos2014-gtcomunicacaoepolitica\\_2173.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT05_COMUNICACAO_E_POLITICA/artigoformatadocompos2014-gtcomunicacaoepolitica_2173.pdf)>

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede. Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet**. Editora Sulina, 2ª ed. 2012

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais**. Ed. M.Books, 1ª ed, 2010.