

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THAYNARA LUCHETTI ROSSI

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E MOBILIZAÇÃO DA JUVENTUDE: UM
ESTUDO SOBRE O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS NO PARTICIPATÓRIO**

CURITIBA

2017

THAYNARA LUCHETTI ROSSI

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E MOBILIZAÇÃO DA JUVENTUDE: UM
ESTUDO SOBRE O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS NO PARTICIPATÓRIO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de graduação em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Gláucia da Silva Brito

CURITIBA

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL
DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

ALUNO: **Thaynara Luchetti Rossi**

TÍTULO: Comunicação Pública e Mobilização da Juventude: um estudo sobre o observatório de Favelas no Participatório.

LOCAL E DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:

Sede do Departamento de Comunicação Social da UFPR, realizada na sala 03 do DECOM, no dia 29/06/17, às 10h00.

BANCA EXAMINADORA	NOTA
GLAUCIA DA SILVA BRITO (ORIENTADOR)	100
MILENE ROCHA	100
NICOLLE KOLLROSS (CONVIDADO)	100
MÉDIA FINAL:	100

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA
GLAUCIA-DA SILVA BRITO (ORIENTADOR)	
MILENE ROCHA	
NICOLLE KOLLROSS (CONVIDADO)	

Curitiba, 29 de junho de 2017.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, desejo agradecer minha família, Iraci, Thamiris, Gabrielly e Amanda, por todo o apoio durante esse longo período. Nunca deixaram de estar ao meu lado e me motivam diariamente a chegar o mais longe possível.

Agradeço ao meu noivo, Diego, pelo suporte e amor que destina a mim todos os dias e por sonhar todos os meus sonhos. Você sempre torna tudo muito mais fácil, é meu guarda-chuva em meio ao temporal.

Aos amigos, Paloma, Guibor, Evandro, Vitor, Isabela, Gabriel, Pamela, Fabiana, Pedro, Tiago, Kendry e Marcus, por me ouvirem e me motivarem a seguir em frente. Quando olho para vocês, lembro das minhas raízes e de que existe algo muito maior e mais importante para ser buscado.

Aos colegas, Géssica, André, Daniel, Mariana, Marcos e Flávia, por fazerem parte desses quatro anos e meio. Vocês me cativaram em 2013 e durante esse tempo crescemos e sonhamos juntos. Obrigada por tudo.

Agradeço ainda as professoras Regiane e Glaucia, minhas duas orientadoras, por me auxiliarem na execução desse estudo. Obrigada pelo apoio e por me incentivarem a vencer alguns medos da produção científica.

Por fim, agradeço ao meu Deus, que me deu todos os meus sonhos e me capacita para alcançá-los. Obrigada por me dar pessoas tão maravilhosas, por preencher a minha vida e me fazer feliz. Você é meu amor maior.

O papel da comunicação mudou e é cada vez menos profissão. É quase missão: é fazer circular a informação e suas respostas, muito mais do que produzir. É muito mais visão de futuro, do que um objetivo institucional.

Elizabeth Brandão

RESUMO

A juventude brasileira sempre se mostrou como um público importante e de influência para as decisões políticas do país e o Estado possui o dever de construir ambientes qualificados e propícios para que a sociedade possa expressar sua opinião. A partir disso, esse estudo visa conhecer o potencial de comunicação pública do Participatório, ambiente desenvolvido pelo Governo Federal para interagir com o público jovem e gerar engajamento político. Desse modo, será abordada a importância das Relações Públicas governamentais, assim como as estratégias de comunicação adequadas para conhecer a opinião pública, gerar capital social e engajamento da juventude. Esse objetivo será alcançado por meio da metodologia de estudo de caso da comunidade do coletivo Observatório de Favelas, no Participatório. Os resultados obtidos demonstraram que o ambiente possui grande potencial de comunicação, mas não é utilizado da maneira correta. A falta de divulgação e incentivo dificultam o conhecimento, acesso, interação e engajamento por parte do público-alvo, mostrando que a comunicação pública é desvalorizada sem as estratégias corretas.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Juventude; Participatório; Observatório de Favelas; Engajamento.

ABSTRACT

Brazilian youth has always shown itself to be an important and influential public for the country's political decisions, and the State has a duty to build qualified and propitious environments for society to express its opinion. From this, this study aims to know the potential of public communication of the Participatory, an environment developed by the Federal Government to interact with the young public and generate political engagement. In this way, the importance of public relations will be addressed, as well as the communication strategies adequate to get to know the public, generate social capital and youth engagement. This objective will be achieved through the case study methodology of the community of the Favelas Observatory collective, in the Participatory Program. The results obtained showed that the environment has great communication potential, but it is not used in the correct way. Lack of disclosure and encouragement hamper the knowledge, access, interaction and engagement of the target audience, showing that public communication is devalued without the right strategies.

Keywords: Public Communication; Youth; Participatory; Favelas Observatory; Engagement.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – O PARTICIPATÓRIO.....	39
FIGURA 2 - ATUALIZAÇÃO DE NOTÍCIAS.....	41
FIGURA 3 - PERFIL PARTICIPATÓRIO.....	42
FIGURA 4 - PAINEL DE CONTROLE DO PARTICIPATÓRIO	42
FIGURA 5 – ÍNDICE DE ASSUNTOS MAIS DISCUTIDOS NO PARTICIPATÓRIO	43
FIGURA 6 - BOLETINS TEMÁTICOS.....	44
FIGURA 7 - REVISTA ELETRÔNICA JUVENTUDE E POLÍTICAS PÚBLICAS ...	44
FIGURA 8 - BIBLIOTECA DIGITAL.....	45
FIGURA 9 - CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA SOBRE JUVENTUDE DE POLÍTICAS PÚBLICAS (CEDOC-PPJ).....	46
FIGURA 10 - REDE DE PESQUISADORES DE JUVENTUDE	47
FIGURA 11 - ATUALIZAÇÕES DA REDE DE PESQUISADORES.....	47
FIGURA 12 - DADOS E INDICADORES.....	48
FIGURA 13 - COMUNIDADE DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS	50
FIGURA 14 - MURAL DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS	51
FIGURA 15 - PÁGINA DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS	52
FIGURA 16 - TWITTER DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS.....	52
FIGURA 17 - SITE DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - CONHECIMENTO DO PARTICIPATÓRIO	56
GRÁFICO 2 - IDADE	57
GRÁFICO 3 - RENDA FAMILIAR.....	57
GRÁFICO 4 - COMO CONHECEU O PARTICIPATÓRIO	58
GRÁFICO 5 - ATIVIDADE DENTRO DO PARTICIPATÓRIO	59
GRÁFICO 6 - ATUALIZAÇÕES NO PARTICIPATÓRIO	59
GRÁFICO 7 - CONHECIMENTO SOBRE O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS.....	60
GRÁFICO 8 - ACOMPANHAMENTO DO OBSERVATÓRIO	61
GRÁFICO 9 - O PARTICIPATÓRIO COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	61

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	14
2.1	RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS	17
2.2	CIDADANIA E COMUNICAÇÃO	20
2.3	A OPINIÃO PÚBLICA E A ESFERA PÚBLICA	22
3	ESFERA PÚBLICA VIRTUAL	26
3.1	OS ATORES SOCIAIS E O CAPITAL SOCIAL	30
3.2	A INTERNET E OS MOVIMENTOS SOCIAIS	33
4	METODOLOGIA	36
4.1	ESTUDO DE CASO	36
4.2	PESQUISA EXPLORATÓRIA	38
4.3	ENTREVISTA	38
5	O PARTICIPATÓRIO	40
5.1	ESTRUTURA	41
6	O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS	50
6.1	O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS NO PARTICIPATÓRIO	50
6.2	A ATUAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS EM OUTRAS REDES	52
7	APONTAMENTOS SOBRE O PROBLEMA DE PESQUISA	55
7.1	O POTENCIAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO PARTICIPATÓRIO	55
7.2	O PÚBLICO DO PARTICIPATÓRIO	56
7.3	O PARTICIPATÓRIO E O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS	63
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS	67

APÊNDICE 1 – TEXTO DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA	69
APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO ENVIADO AO GRUPO DE JOVENS POR MEIO DO FACEBOOK	70
APÊNDICE 3 – ENTREVISTA – PIÊ GARCIA	74

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade em que vivemos, a comunicação entre Estado e cidadãos se torna fundamental para o exercício da democracia. É por meio dela que o governo promove o diálogo necessário para entender as demandas daqueles que o elegem. Essa interatividade entre Estado e sociedade é conhecida como uma das áreas de grande importância da comunicação pública (BRANDÃO, 2007). Os profissionais aqui alocados precisam criar estratégias efetivas para a construção de uma esfera capaz de empoderar cidadãos para a discussão sobre os assuntos de interesse público. Essas ações asseguram aquilo que chamamos de estado democrático, a principal forma de governo não só neste país, mas do mundo.

Desde 2013, vivemos num período em que a população brasileira tem se apoderado do princípio do estado democrático, lutado por seus direitos e gerado novas demandas. Grande parte dessa população é constituída por jovens, que têm se organizado continuamente para alcançar seus direitos; sendo assim, esse público se torna essencial para as escolhas políticas e, conseqüentemente, a necessidade do poder político de se atentar para essa realidade é cada vez maior. As estratégias de comunicação pública empregadas nessa área buscam estabelecer um relacionamento entre juventude e Estado. É o caso do Participatório, um ambiente desenvolvido pelo governo para promover a participação política, entender as necessidades e se aproximar desse público.

Como um meio de interação entre público jovem e governo, é relevante conhecer como essa relação se dá. Tendo em vista que a comunicação pública está inserida dentro do ramo de atividades das Relações Públicas, esta

monografia tem como principal objetivo analisar o potencial de comunicação pública presente no Participatório, com base na comunidade da organização civil Observatório de Favelas.

Ao decorrer da pesquisa, também será possível examinar quais estratégias de comunicação pública são utilizadas dentro do Participatório e em que medida ele pode ser tratado como uma ferramenta dessa área da comunicação. Esse tipo de estudo é significativo para fins de estratégias governamentais e também para o meio acadêmico, pois se trata de um estudo sobre as relações sociais e a mobilização de seus atores no meio midiático.

A metodologia utilizada é a de estudo de caso, por possibilitar o uso de diferentes técnicas de pesquisa, explorar e descrever a realidade e o contexto social em que o estudo foi realizado. Além do estudo de caso, foram utilizadas as técnicas de pesquisa exploratória e entrevista informal.

A partir do primeiro capítulo entenderemos como a comunicação pública pode ser definida. A principal definição utilizada durante o estudo é a de comunicação governamental, apresentada por Elizabeth Brandão (2007). Conheceremos como as Relações Públicas se dá na área governamental e como o exercício da cidadania está diretamente ligado à comunicação, fomentando a opinião pública dentro da esfera pública.

Nos capítulos seguintes, iremos trabalhar com o conceito de esfera pública virtual, entendendo como o capital social é gerado pelos atores sociais dentro desse âmbito, promovendo, assim, a manutenção do estado democrático. Iremos

explorar mais profundamente os objetos de estudo dessa monografia, interagindo com o público-alvo e com profissionais de comunicação atuantes na área.

Conheceremos, através da análise do Participatório e do Observatório de Favelas, as dificuldades encontradas para a o incentivo e mobilização política da juventude brasileira, destacando erros e possíveis soluções para o problema.

2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Por ser uma temática de estudos recente no Brasil, a comunicação pública ainda não possui um conceito hegemônico, mas se pensarmos em uma área de atuação delimitada para os profissionais de relações públicas - seja na academia ou no mercado de trabalho - se percebe que ela tem sido tratada de forma essencial em uma série de atividades, processos e abordagens teóricas. Ao procurar entender melhor esse conceito, Elizabeth Brandão (2007) apresenta cinco áreas em que o termo comunicação pública está associado.

A primeira dessas áreas faz relação aos conhecimentos e técnicas da comunicação organizacional, apresentando a comunicação pública como uma “área que trata de analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, buscando estratégias e soluções” (BRANDÃO, 2007, p. 1). A comunicação pública aqui empregada, traz estratégias da comunicação interna e organizacional que buscam estabelecer relacionamentos, a identidade e a imagem da empresa, seja ela pública ou privada.

Outra área reconhecida por Brandão é a comunicação pública sendo identificada com a comunicação científica. Ao partir da premissa de que a divulgação do conhecimento científico é relevante para o desenvolvimento da sociedade e da opinião pública, reconheceremos que essa relação se dá pela inserção da comunicação pública:

No âmbito das discussões que dizem respeito à gestão das questões públicas sendo que pretende influir na mudança de hábitos e segmentos de população, bem como na tomada de decisão política a respeito de assuntos da ciência que influenciam diretamente a vida do cidadão (BRANDÃO, 2007, p. 4).

As estratégias de comunicação da sociedade civil organizada é outra definição utilizada pela autora. Ao empregar a comunicação pública nessa área, temos a prática comunicacional de forma democrática e social, uma importante ferramenta na formação do cidadão.

Trata-se de práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do terceiro setor e movimentos sociais ou populares que também é conhecida como comunicação comunitária e/ou alternativa. Aqui, entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas do governo, mas de toda a sociedade (BRANDÃO, 2007, p. 7).

As entidades do terceiro setor, movimentos sociais populares e as mídias alternativas, de acesso livre ao cidadão, são os mais atuantes nessa área específica. A comunicação na sua forma democrática e social se torna a principal ferramenta para a prática dessa atividade, pois proporcionam maior engajamento público por conta da facilidade de se criar relacionamentos e de fomentar a opinião pública.

O poder de comunicação, até há pouco tempo extremamente centralizado e controlado pelos setores dominantes da sociedade, passa a ser democratizado, embora não apresente ruptura na estrutura da grande mídia. A inclusão de novos atores e novas mídias, representa uma mudança relevante (PERUZZO, 2007, p. 53).

Brandão também faz referência a comunicação pública e a comunicação política. A dificuldade de distinção, tanto teórica quanto prática, desses termos, traz a necessidade de pesquisa e compreensão do que seria cada uma dessas atividades. Essa complexidade se dá pelo fato da comunicação pública estar diretamente ligada ao Estado, a política, a democracia e a cidadania. Tanto que segundo Bruno Kegler (2011), a investigação do uso desses termos é de extrema importância, pois a comunicação política “visa alcançar objetivos privados, seja de

um agente político ou mesmo de um grupo” e a comunicação pública deveria “avançar e encaminhar a discussão para além de diretrizes de atuação” (KEGLER, 2011, p. 14).

A comunicação do estado e/ou governamental é a última citada. A principal ideia desse âmbito é que a comunicação, aqui feita, é de total responsabilidade do Estado e do Governo. Brandão defende que a comunicação pública deve ser entendida como um “processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania” (BRANDÃO, 2007, p. 5). Esse processo pode ser executado por órgãos governamentais e organizações não governamentais, associações profissionais e de diversos interesses, conselhos, agências reguladoras, entre outros tipos de instituições. Ao reiterar a relação entre comunicação pública e governamental, podemos conhecer que:

A comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (BRANDÃO, 2007, p. 5).

Apesar da grande relevância dessa atividade no desenvolvimento do relacionamento entre Estado ou Governo e cidadãos, não vemos a comunicação recebendo a importância e a atenção que deveriam. Para justificar essa falta de crédito destinada a comunicação, Mariângela Haswani (2006) faz uma crítica histórica em relação a construção do relacionamento entre Estado e sociedade, e aponta uma falta de legitimação das atuais instituições:

Falar de comunicação pública estatal no Brasil de hoje quer dizer enfrentar a dinâmica de um processo social amplo, que envolve diversos atores e contextos, se a abordagem for a da relação entre o Estado e os cidadãos, relação que se apresenta como confronto, na perspectiva de reconstruir, seja o sentido do Estado, seja o de cidadania. E esta é uma perspectiva difícil de se conseguir nesse cenário dominado por uma profunda crise de legitimidade das instituições, agora mais marcada pelo vendaval de denúncias que parece não acabar nunca (HASWANI, 2006, p. 27).

Haswani defende que o uso da comunicação pública pode ser eficaz se o Estado reconhecer que deve enfrentar a atual crise de legitimidade e passar por uma reconstrução da sua identidade.

A partir de todas as definições apresentadas, o conceito de comunicação governamental será o mais explorado durante a elaboração desse estudo. O Participatório, o principal objeto de estudo deste trabalho, será tratado como uma estratégia governamental em busca de efetuar uma comunicação pública e aproximativa com a juventude brasileira.

2.1 RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS

Segundo Ana Lucia Novelli (2009), a importância e as funções da comunicação dentro de órgãos governamentais já foram negligenciadas. Durante um determinado período histórico, marcado por regimes antidemocráticos, o uso de estratégias de relações públicas, publicidade e jornalismo tiveram um único propósito: manter a população sob domínio, deixando de dar voz àqueles que não concordavam com o que acontecia. Um exemplo do domínio causado por esse uso da comunicação é o governo de Getúlio Vargas, que, com a criação do Departamento de Informação e Propaganda (DIP), a imagem do governo era consolidada e opiniões contrárias a ele eram reprimidas.

Após um começo no qual a comunicação era utilizada de forma deturpada, onde o objetivo de estimular a cidadania estava longe de ser alcançado – ou, até mesmo, de ser considerado pelo governo - seu uso passou a ser cada vez mais negligenciado, principalmente durante o período da ditadura militar. Até hoje, a comunicação do governo busca controlar a opinião pública, promover sua imagem e defender seus próprios interesses.

No Brasil, a comunicação social do governo foi criada, não como instrumento de aperfeiçoamento democrático para o governo se integrar ao seu povo, motivando-o e possibilitando-o assumir, cada vez mais seu destino; em vez disso, sempre foi melhor para o governo controlar a Opinião Pública no interesse pessoal, ou estatal dos titulares do Poder Executivo (SCHAUN, 1986, p. 43 apud NOVELLI, 2009, p. 492).

Com esse histórico, as funções e atributos da comunicação governamental têm sido revistas. Seu caráter estratégico tem se tornado essencial para o funcionamento de um governo democrático; tanto que, segundo Ana Lucia Novelli (2009), a comunicação é fundamental para a integração das instituições públicas, servidores e usuários.

Ao mesmo tempo em que a comunicação eleva o grau de informação e participação dos usuários em relação às instituições públicas, possibilita um maior controle da sociedade, motivando o usuário do serviço público a se portar como cidadão responsável por esse serviço (NOVELLI, 2009, p. 493).

Com essa afirmação, podemos citar outra ideia, a de que o receptor da comunicação pública é um cidadão que desempenha um papel ambivalente, “pois ele é, ao mesmo tempo, usuário dos serviços públicos, eleitor de seus dirigentes e contribuinte de seu orçamento” (NOVELLI, 2009, p. 496). A comunicação pública tem um papel essencial na estimulação do cidadão para a vida política do país e é a partir desse propósito que as estratégias de jornalismo, publicidade e relações

públicas devem ser utilizadas. Entre as três áreas citadas, relações públicas ainda é a área que possui menor reconhecimento dentro das organizações públicas, sendo que muito do trabalho destinado a função se trata apenas do cerimonial e eventos realizados por esses órgãos.

Isso se dá por conta da preocupação dos últimos governos em realizar a manutenção hegemônica de suas gestões, fazendo uso de campanhas publicitárias e da assessoria de imprensa; tanto que, segundo Novelli (2009), esse tipo de preocupação só se refere mais a “imagem da autoridade pública do órgão do que com o processo comunicativo” (NOVELLI, 2009, p. 501). Esses objetivos do governo são alcançados por meio das pesquisas de opinião pública, cujo discurso é adaptado para aquilo que a população quer ouvir, o que faz com que o cidadão não seja tratado da forma que deveria ser, ao ponto de ser deixado de fora do processo de participação política.

O papel das relações públicas é essencial para o sucesso da gestão pública. Em governos democráticos, a comunicação “tem como objetivo criar meios necessários para que os cidadãos ouçam e opinem, visando transformar ações e informações sociais em interesses e ações políticas” (WEBER, 2000, p. 152 apud NOVELLI, 2009, p. 493). Apesar de esquecidas, as funções das relações públicas vão muito além de apenas planejar e executar eventos dentro de órgãos públicos. Suas estratégias visam a comunicação interna, a disponibilização de dados, a consolidação da comunicação de relacionamento, a promoção de serviços, a comunicação institucional e política e a comunicação cívica de interesse geral. Novelli (2009) defende que todas essas atividades priorizam a legitimação da

identidade e da missão do governo, criando um relacionamento próximo com seus públicos que sustenta a defesa do interesse geral, foco de um governo democrático. Mas para que isso ocorra, as relações públicas possuem um grande desafio: pensar a comunicação sem os atributos e princípios historicamente concedidos por meio de períodos ditatoriais.

É preciso reposicionar a comunicação como parte integrante do processo de gestão pública, capaz de envolver o cidadão de maneira mais participativa e estabelecer um fluxo contínuo de relações comunicativas entre o Estado e a Sociedade (NOVELLI, 2009, p. 499).

É importante reconsiderar a importância do papel das relações públicas dentro do ambiente governamental e conhecer as mudanças capazes de serem proporcionadas através da função.

Para as relações públicas governamentais, o processo comunicativo que irá se estabelecer entre governo e sociedade tende a buscar de forma integrada ações que estimulem o exercício da cidadania, como promover a adequada compreensão pública a respeito das funções das esferas governamentais; fornecer informações contínuas sobre as atividades da administração pública; estabelecer canais de comunicação que ofereçam ao cidadão a possibilidade de influir na política e na ação do governo; e estabelecer canais de comunicação pelos quais o cidadão possa ser alcançado pelos representantes da comunicação pública. (NOVELLI, 2009, p. 504)

Por fim, as funções das relações públicas governamentais têm potencial para alterar a atual situação da comunicação no setor público, já que o processo comunicativo, defendido pela função, possui estratégias benéficas para a gestão pública e, conseqüentemente, para a população.

2.2 CIDADANIA E COMUNICAÇÃO

O conceito de cidadania está diretamente ligado a um conjunto de direitos e deveres que todo cidadão deve exercer, sendo que, para Cicilia Peruzzo (2007) “os princípios básicos da cidadania são a liberdade e a igualdade, e o

desenvolvimento de uma sociedade pode ser medido pelo grau com que esses princípios são expressos e exercitados na forma de direitos e deveres” (PERUZZO, 2007, p.46)

Isabel Morgado (2010) afirma que o uso da palavra cidadania, nos discursos políticos do ocidente, ocorre como uma forma de incentivo a participação popular, o que denota um déficit na interação entre cidadãos e Estado. Segundo Márcia Duarte (2009), o problema da cidadania no Brasil ultrapassa a dimensão política e entra na esfera de aquisição de direitos. A autora afirma que nem sempre a população brasileira pôde exercer sua cidadania por conta de diferentes momentos históricos e lugares:

Somente parcelas da população brasileira puderam exercer plenamente sua cidadania, porque uma das grandes dificuldades do país residiu na incapacidade política dos cidadãos, que é diretamente proporcional ao grau de domínio dos recursos sociais e de acesso a eles (DUARTE, 2009, p. 96).

No Brasil, houve diversos momentos históricos que proporcionaram um retrocesso na luta por direitos; dentro disso, os movimentos sociais (por meio do uso da comunicação de forma efetiva) têm se tornado essenciais para a prática da cidadania, democracia e engajamento político por parte dos cidadãos.

Para Paulo Freire (1967, p.66 *apud* DUARTE 2009, p. 95), a participação política é fundamental para o exercício de um governo democrático, sendo que "a democracia tem como um dos seus princípios a defesa e a promoção do exercício de Cidadania, porque este é critério de identificação de um sistema de governo democrático contemporâneo" (MORGADO, 2010, p. 44). Partindo desse viés, a comunicação possui um papel fundamental para a promoção do debate

sobre participação política, promovido pelas mídias e tecnologias. Essa ideia também é defendida por Duarte (2009), que acredita que o engajamento político por parte dos cidadãos é essencial para a construção da cidadania; ou seja, a ação comunicativa permite que o cidadão tome decisões capazes de articular mudanças relevantes na sociedade em que vive. Desse modo, a comunicação acaba se tornando indispensável para a concretização das práticas democráticas.

Canais de comunicação colaboram para a manutenção do bom funcionamento do mecanismo da representação, pois são capazes de estimular a participação (em oposição à passividade) dos cidadãos e solidificar uma cultura democrática e flexível (em vez de autoritária e dogmática) nas classes políticas, incentivando o diálogo entre representantes e representados (DUARTE, 2009, p. 101).

Atualmente, contamos com diversos canais de comunicação que colaboram com essa realidade, principalmente a internet. Como comunicadores e, principalmente, como comunicólogos sociais, devemos continuar colaborando para que a divulgação de informações e o diálogo ocorram, justamente para a manutenção do Estado democrático e para a motivação da participação política dos cidadãos.

2.3 A OPINIÃO PÚBLICA E A ESFERA PÚBLICA

A opinião pública e a esfera pública funcionam de forma conjunta em prol do exercício da cidadania e do governo democrático. Embora a opinião pública seja reconhecida como um grande poder dentro da sociedade, ainda existe dificuldade na compreensão e na conceituação desse fenômeno; sendo que, para Rubens Figueiredo e Silvia Cervellini (1995 *apud* NOVELLI, 2010, p. 73), essa dificuldade é proveniente de quatro fatores:

1. A opinião pública pertence a diversas áreas do conhecimento e ela se desenvolveu de tal forma que deixou de passar por um desenvolvimento gradativo da sua conceituação;

2. A expressão opinião pública participa de um conjunto de conceitos de algumas outras áreas;

3. A opinião pública possui tanta amplitude que qualquer esforço para tentar conceituar o fenômeno parece limitado;

4. A associação da opinião pública com as pesquisas de opinião também não colabora com a sua conceituação, pelo fato de que essas pesquisas fazem referência àquilo que é mais visível dentro da opinião pública.

Ana Lucia Novelli (2010) afirma que, apesar da dificuldade de formular um conceito para esse fenômeno, existe uma necessidade crescente de entendê-lo. Dessa forma, diversos autores e estudiosos se empenham para atingir esse objetivo. João Pissarra Esteves (2010) tenta compreender a opinião pública por meio do conceito de públicos. O autor afirma que os públicos estão diretamente ligados a opinião pública, e esses contêm um caráter racional fundamental para a formação desse fenômeno:

O seu carácter é de ordem racional: resulta de trocas discursivas (processos de opinião) sobre matérias de interesse comum, estabelecidas numa base de liberdade e autonomia dos indivíduos, que têm em vista constituir opiniões vinculativas. A figura comunicacional que melhor as ilustra é a de um consenso (que se pretende alcançar), mas basicamente enquanto ideal normativo, e não como uma realidade empírica indiscutível; neste plano deve ser admitida a possibilidade de outros tipos de acordo razoáveis (ESTEVEES, 2010, p. 22).

O consenso, citado pelo autor, advém do diálogo sobre interesses estabelecidos dentro da esfera pública. A opinião pública é um produto desse debate, formulado na base da autonomia e liberdade que os indivíduos têm para discutir. Além de entender a opinião pública, também existe a necessidade de compreender a esfera pública, local de construção desse fenômeno. Segundo Habermas, a esfera pública é, “antes de mais, um domínio da nossa vida social onde algo como a opinião pública se pode formar” (1997, p. 105 *apud* SILVEIRINHA, 2010, p. 33). Para Maria João Silveirinha (2010), a construção dessa esfera é primordial para a participação social e conseqüentemente para a relação entre Estado e cidadão:

As democracias modernas não podem prescindir de uma arena de participação política, onde as ideias, as alternativas, as opiniões e outras formas de discurso traduzam a actividade dos movimentos sociais e da sociedade civil como uma acção colectiva, trazendo à discussão questões que tenham sido até esse momento excluídas, ou pelo menos marginalizadas. O espaço ocupado por essas interacções – localizado entre o Estado e a sociedade – não é uma instituição política nem uma instituição social, mas uma instância onde estas instituições são vigiadas e a sua legitimidade é comunicada de uma forma racional e crítica, mantendo sempre uma ligação ao que a sociedade civil assinala como importante (SILVEIRINHA, 2010, p. 33-34).

Silveirinha também trabalha com dois elementos em que a esfera pública abrange: o discursivo e o narrativo. Estes dois elementos fazem referência aos tipos de discursos e as formas de expressão presentes na esfera pública. A autora também atribui o conceito de esfera pública a “dimensão histórica, a dimensão linguística, a dimensão normativa e política que dão corpo ao conceito de esfera pública e que podemos basicamente encontrar no verdadeiramente enciclopédico trabalho de Habermas, ao longo do último meio século” (SILVEIRINHA, 2010, p. 34).

Dentro de um governo democrático, esse espaço se torna essencial para a apresentação da opinião pública. Antes, a esfera pública era conduzida por veículos de comunicação de massa, mas com a existência das redes sociais, esse espaço se tornou mais amplo e propício para as discussões do interesse público. Novelli (2010, p. 83) também defende a existência dessa esfera como uma “elaboração de uma vontade coletiva expressa por meio da opinião pública”.

A opinião pública é defendida como uma voz proeminentemente política dentro do espaço público, e que ela possui funções relevantes como “estabelecer os critérios gerais de organização e funcionamento das nossas sociedades, assumindo a sua forma uma exigência de legitimidade dirigida ao Estado e ao poder político em geral” (ESTEVES, 2010, p. 24). A partir dessa referência, é possível perceber a necessidade da opinião pública em legitimar sua posição perante o poder político e de regimes democráticos; diante disso, existe também a necessidade do Estado em ouvir a opinião do seu público e priorizar a fomentação da esfera pública para essas discussões de interesse público.

3 ESFERA PÚBLICA VIRTUAL

Apesar de Habermas, um dos principais autores que atuam no conceito de esfera pública, não citar a internet como uma esfera pública virtual, outros estudiosos já trabalham com essa definição. A internet tem se tornado um instrumento cada vez mais importante para a democratização e para a fomentação da participação política. As ferramentas que as tecnologias proporcionam ajudam a fortalecer esse processo:

A internet oferece uma grande variedade de informações, e não apenas material de origem oficial. Reduz os custos da participação política e permite envolver diferentes parceiros de interlocução, desde a troca de e-mails numa base cidadão-cidadão, chats e grupos eletrônicos de discussão, até amplas conferências. Isso significa um potencial de interação inédito, se comparado com os veículos de comunicação tradicionais (MAIA, 2008, p. 277).

As redes sociais são o principal exemplo desse potencial de interação. O *Facebook* permite o diálogo por meio de *fanpages*, comentários, fotos, vídeos mensagens, entre tantos outros recursos midiáticos. O mesmo ocorre com o *Twitter*, onde a interação ocorre em um nível ainda maior, por conta do uso das *hashtags* e onde os principais assuntos podem ser encontrados por meio do *trending topics*. Atualmente, se percebe o uso dessas estratégias pelo Estado para dialogar com população; nesse caso, também é possível ver o uso de enquetes para a discussão de leis e projetos referentes à administração pública.

Ao decorrer do capítulo, iremos analisar questões levantadas na tentativa de entender as dificuldades e as possibilidades desse novo conceito de esfera pública. É importante iniciar falando sobre a centralização de poder que ocorre com a internet, assim como acontece com os meios de comunicação

convencionais, que, de acordo com Maia (2008), se a internet pode ser considerada como um meio que favorece a comunicação democrática e a participação de forma descentralizada, por que existem empresas que lutam pelo seu controle? Durante anos nós acompanhamos as mídias de massa serem dominadas por elites que muitas vezes favoreceram regimes antidemocráticos. Desse modo, existe a necessidade de regularizar a forma como essas empresas vendem produtos e serviços, para que o fortalecimento dessas elites não ocorra também com a internet.

Outra questão que deve ser levada em conta é a importância de considerar os contextos sociais e históricos na internet.

As tecnologias, independentemente de favorecer ou dificultar a democracia, devem ser pensadas de maneira associada com procedimentos da comunicação estabelecida entre os sujeitos comunicantes concretos e seus respectivos contextos sociais e históricos (MAIA, 2008, p. 278).

A motivação correta dos cidadãos para a participação política, ocorre quando entendemos as realidades sociais e usamos a comunicação de forma estratégica para atingir esse público de diferentes formas. Possuir estruturas que facilitem o engajamento não determina se haverá, de fato, ações comunicativas que promovam o debate público. Ao utilizar a comunicação de forma estratégica dentro das redes, é importante levar em conta as *affordances* de cada meio; que, para os autores O'Riordan, Feller e Nagle (2012), se tratam das propriedades de um objeto que facilitam as ações (por parte do usuário) e são fundamentais para entender a relação desses com as redes sociais. Os autores também citam divisões importantes entre as *affordances*, duas delas são a *social affordances*, formada

pelo *social connectivity*, *social interativity* e *profile management*, e a *content affordances*, constituída pelo *content discovery*, *content sharing* e o *content aggregation*. Essas divisões fazem referência ao potencial comunicativo, às informações e visibilidade dos usuários, além da capacidade destes de encontrarem informações através de suas conexões e pela busca realizada nas redes sociais.

Habermas (1997) defende que a esfera pública também se constitui pelas simples interações que ocorrem na vida cotidiana. Nisso, se caracteriza a esfera pública como *locus* da discussão, um local onde "pessoas discutem questões de interesse comum, apresentam inquietações e formam opiniões" (MAIA, 2008, p. 280). Essas interações também devem ser consideradas importantes para compreender o interesse público:

A comunicação informal, que se desdobra livremente entre indivíduos e comunidades, fora das arenas políticas formais, deve ser vista como recurso importante para uma interpretação produtiva de preocupações políticas e formulação de demandas a serem enviadas aos corpos administrativos e deliberativos do sistema político (MAIA, 2008, p. 281).

Desse modo, as redes eletrônicas fornecem um importante meio para que o *locus* da discussão seja exercido, pois permite que as "pessoas interajam localmente ou transcendam as fronteiras do Estado-nação, para trocar informação e compartilhar interesses comuns em fóruns virtuais, em escala global" (MAIA, 2008, p. 283). Apesar das tecnologias proporcionarem essas estruturas comunicativas, o acesso a elas, assim como a internet em geral, ainda é muito limitado. Ao partir do pressuposto da universalização do discurso democrático, Maia (2008) defende a inexistência de barreiras que possam excluir pessoas ou

grupos desses debates. Entretanto, o alto custo da tecnologia e o analfabetismo tornam-se barreiras difíceis de serem derrubadas não só no Brasil, mas em todo o mundo. Anthony Wilhelm (2000, p. 73-85 *apud* MAIA, 2008, p. 284) discute essa exclusão tecnológica elaborando um modelo de vários níveis de acesso a esses meios. No centro estão aqueles que possuem todo acesso aos recursos tecnológicos, em seguida estão os "usuários periféricos" que têm acesso aos recursos, mas utilizam de forma ocasional. Depois estão aqueles que possuem "acesso periférico", onde podem ter computadores, mas não têm o acesso à rede. Por último, estão os "imunes ao progresso" que se encontram excluídos por não possuírem acesso a nenhum desses recursos, e nem a educação necessária para isso. Aqui se encontra a necessidade de investimentos que impeçam essas barreiras, sendo que:

O poder público, em parceria com o setor privado, deve estabelecer políticas agressivas para garantir o acesso comunitário às novas tecnologias, por meio da implementação de equipamentos na rede escolar, em bibliotecas e em pontos públicos. (...) Entender, contudo, a participação apenas como questão de acesso físico à tecnologia é equivocado. A questão da participação traz à tona o complexo problema relacionado à formação discursiva da vontade, que diz respeito também a uma cultura política favorável ao desenvolvimento do potencial discursivo" (MAIA, 2008, p. 285).

Por fim, temos a questão do debate crítico-racional. A internet oferece uma excelente estrutura para que esses debates venham acontecer. Os usuários possuem espaço e liberdade de expressão para compartilhar seus interesses, mas isso não significa que o debate crítico-racional ocorrerá ou que se dará de forma correta. Segundo Maia, esse tipo de debate "requer que os parceiros construam, de maneira coordenada e cooperativa, um entendimento partilhado sobre uma matéria comum (...) isso demanda, por sua vez, uma atitude de respeito mútuo"

(MAIA, 2008, p. 287). Infelizmente, no ambiente de rede existe uma disponibilização de informações e expressão de opiniões inerentes a prática de argumentação crítica e racional, e, sendo assim:

As tecnologias da informação e da comunicação facilitam o armazenamento e a circulação dos estoques informativos, agilizam as buscas, tornam a vida mais veloz. Contudo, não determinam o procedimento da interação comunicativa nem garantem a reflexão crítico-racional (MAIA, 2008, p. 288).

Essas práticas nos revelam que a internet possui grande potencial como esfera pública virtual, mas não pode se isentar das práticas comunicacionais para fomentar a participação dos seus usuários, além disso, a dificuldade de universalização dessas tecnologias ainda é uma barreira a ser rompida.

3.1 OS ATORES SOCIAIS E O CAPITAL SOCIAL

O conceito de atores sociais faz referência a nós mesmos, ou melhor, às nossas representações dentro da rede ou sistema: os atores "atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais" (RECUERO, 2009, p. 25). A autora trabalha com a representação desses atores, que pode ocorrer por meio da criação de perfis em redes sociais, entre outros. No Participatório, por exemplo, os atores sociais também possuem perfis específicos para participar do espaço de discussão, o Observatório de Favelas, um dos objetos de estudo dessa monografia, pode ser caracterizada como um desses atores sociais. Esses espaços de interação são também uma oportunidade de expressão, já que "são espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos da sua personalidade ou individualidade (RECUERO, 2009, p. 26).

Os atores tendem a construir seu próprio espaço dentro da rede e isso tem extrema importância para o processo comunicativo e para a geração de capital social. Ao buscar entender mais sobre o conceito de capital social, Heloiza Matos (2009) relaciona diversos autores com diferentes enfoques ligados a esse conceito. Neste meio, temos Michael Woolcock (*apud* MATOS, 2009) que entende o capital social como o desenvolvimento democrático e econômico por meio do estudo das instituições, da reciprocidade, das informações e dos valores e atitudes que formam a interação entre pessoas dentro das redes sociais. Já Nan Lin (1995 *apud* MATOS, 2009) trabalha o capital social como uma propriedade do ator social que o tem, além de discutir distinções entre os vínculos fortes e fracos do capital social. Mark Granovetter (1983 *apud* MATOS, 2009) aborda a questão dos laços fortes e fracos nas redes sociais e os atores sociais que viabilizam as interações. Elinor Ostrom (*apud* MATOS, 2009) também discute sobre o lado obscuro que o capital social pode proporcionar. Para uma melhor abordagem desse tipo de capital junto dos atores sociais, iremos utilizar a noção desenvolvida por Robert Putnam (1995 *apud* GOMES, 2008), onde o autor trata de aspectos específicos das organizações sociais que são tratadas como facilitadoras da coordenação e da cooperação entre as ações coletivas.

Segundo Wilson Gomes (2008), Putnam trata de três formas de capital: o físico, que tem relação com ferramentas e equipamentos; o humano, que se refere ao treino e habilidades; e o social. A última forma de capital se refere "a alguns aspectos da organização social que facilitam a coordenação e a cooperação dos indivíduos, proporcionando-lhes, em razão disso, benefícios mútuos" (GOMES,

2008, p. 223). Em relação as duas primeiras formas de capital citadas, o capital social pode complementá-las formando conexões entre indivíduos e gerando uma verdadeira diferença na realidade. Podemos entender que “o capital social são vantagens que podem ser desfrutadas por indivíduos e grupos, como as ferramentas e as habilidades, com a diferença de que só podem ser produzidas e concedidas pela interação social” (GOMES, 2008, p. 224).

Por esse viés, percebemos que Putnam possui uma visão otimista do capital social. Além disso, esse capital é tratado como um recurso para interagir e para gerar poder. O poder, aqui citado, se refere ao poder para fazer algo, uma possibilidade para fazer a diferença.

Um dos aspectos abordados por Putnam (1995 *apud* GOMES, 2008) no capital social são os contatos ou conexões entre os atores sociais, os quais auxiliam no processo para fazer a diferença, já que "em comunidades ricas em redes de relações sociais, as instituições tendem a ser mais eficientes, impulsionadas por níveis intensos de cooperação e direcionadas por controles sociais fortes" (GOMES, 2008, p. 225). Outro aspecto citado são as normas sociais de confiabilidade e reciprocidade, as interações sociais entre os atores e a confiança, estes oferecem garantias para que a cooperação e a coordenação sejam efetivas dentro de ações coletivas e organizações sociais. Por último, o capital social também tem chances de ser empregado para propósitos ruins dentro da sociedade; Putnam (1995 *apud* GOMES, 2008) reconhece essa possibilidade, pois da mesma forma que este pode gerar uma transformação positiva por meio dos aspectos citados, o inverso também pode acontecer. Entretanto, o autor

ênfatiza a importância de saber maximizar o lado otimista do capital social e entender que os atores sociais possuem extrema importância nesse processo, além de atentarmos para a humanização das práticas sociais assim como a dos próprios atores.

3.2 A INTERNET E OS MOVIMENTOS SOCIAIS

Como citado anteriormente, a internet possui grandes estruturas que favorecem a interação e o debate sobre interesses públicos, o que a torna, potencialmente, uma esfera pública virtual (MAIA, 2008). Mas o que ocorre se os atores sociais fizerem uso do capital social dentro dessas estruturas?

Primeiramente, é importante conhecer como a internet pode ser entendida por esse viés ativista. Maia (2008) coloca dois pontos importantes para esse entendimento, o primeiro se trata de reconhecer que a rede é uma grande fonte de informações, sendo essas de todas as formas e sobre diferentes conteúdos. Sendo assim, os cidadãos possuem acesso a um ambiente extremamente diversificado, com diferentes tipos de informação. Em segundo lugar, é necessário pensar a internet como um "ambiente de interconexão e interações" (MAIA, 2008, p. 330), ou seja, reconhecer que a rede possui um potencial de interação que nunca será visto nos meios de comunicação tradicionais. Putnam defende esse aspecto como um dos principais fomentadores do capital social (1995 *apud* GOMES, 2008). Apesar da internet apresentar essas características fundamentais para o ativismo digital, Maia (2008) ênfatiza que não podemos esquecer que esse meio ainda não é universalizado e que existe uma grande apatia política por parte dos cidadãos. Dentro dos aspectos e dos problemas citados, é possível perceber

a grande relevância que os movimentos sociais e outras associações de cunho político possuem dentro da sociedade atual, é a partir delas que vemos uma luta constante contra a apatia política e a mobilização dos atores sociais sendo feita:

Grupos de ativistas já mobilizados e com elevado grau de interesse político são os mais propensos a desenvolver a interatividade na rede, ao contrário de cidadãos com baixos níveis de interesse e eficácia política (MAIA, 2008, p. 332)

Os movimentos sociais e outras associações têm papel fundamental na luta de direitos e na efetivação de um Estado democrático.

Oportunidades para explorar os recursos da internet, a fim de informar as pessoas, fortalecer virtudes cívicas, desenvolver habilidades críticas e políticas dos cidadãos, mobilizar a ação coletiva, promover a exigência de prestação de contas, de maneira rápida e pouco dispendiosa. (MAIA, 2008, p.334)

Maia (2008) também destaca a existência de quatro tipos de redes que auxiliam nos propósitos citados acima: as redes para a "produção de conhecimento técnico-competente", o qual busca destinar aos movimentos sociais um conhecimento especializado sobre assuntos específicos, as "redes de memória ativa" que têm como objetivo digitalizar e armazenar documentos de movimentos sociais tornando-os acessíveis para toda a sociedade, as "redes para produção de recursos comunicativos", que buscam auxiliar diversos grupos em seus interesses e necessidades fazendo o uso eficaz de todas as oportunidades de comunicação, e por fim, "as redes de vigilância e solidariedade à distância", as quais defendem direitos e protegem os cidadãos (MAIA, 2008, p. 335-336). Assim, fica claro a importância da internet e suas estruturas para os movimentos sociais, os resultados e o engajamento alcançado pelo meio dificilmente pode ser comparado ao que os veículos de comunicação convencionais proporcionam.

Os objetos de estudo aqui analisados têm profundo envolvimento nesse meio e buscam o engajamento de um público específico por meio da internet. Nos capítulos seguintes, iremos discorrer sobre a metodologia utilizada para analisar os objetos e o desenvolvimento de cada um durante o estudo.

4 METODOLOGIA

Para a realização desse estudo, utilizamos a metodologia de estudo de caso aliado a técnica de pesquisa exploratória e entrevista informal. Neste capítulo, iremos conhecer como foi o andamento da monografia, quais os problemas enfrentados e como o método e técnicas foram aplicadas.

4.1 ESTUDO DE CASO

Entre as inúmeras tentativas de definir o estudo de caso, a mais utilizada é:

O estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas. (DUARTE, 2008, p. 216 apud. YIN, 2001, p. 32)

Marcia Duarte (2008), explica que Yin enfatiza que o estudo de caso é a estratégia mais empregada quando é necessário responder questões do tipo “onde” e “por que”, quando não há controle sobre os eventos que afetam o objeto ou quando o fenômeno estudado está inserido em algum contexto da vida real, assim como os objetos de estudo dessa pesquisa. Durante o estudo, houve eventos que os afetaram, como a crise política e o *impeachment* da ex-presidenta Dilma, mas esses não alteraram a análise dos objetos, já que não foi perceptível nenhuma mudança significativa neles.

A escolha do estudo de caso para a pesquisa ocorreu por conta da possibilidade de analisar os objetos através de diferentes técnicas de pesquisa, explorando e descrevendo a realidade e o contexto social em que a pesquisa foi realizada, além da facilidade que ela proporciona para pesquisadores iniciantes. O método de estudo de caso auxilia na inserção do pesquisador iniciante às

“técnicas de pesquisa ao integrar o uso de um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações” (DUARTE, 2008, p. 215).

Além disso, o método permite que o pesquisador estude um ou poucos objetos, ampliando seu conhecimento sobre o tema; de acordo com Antonio Gil (2008), o estudo de caso pode ser utilizado em pesquisas com diferentes propósitos, já que por meio dele podemos explorar situações em que os limites não estão bem definidos, descrever o contexto em que a situação investigada se encontra e explicar todas as variáveis que afetam o fenômeno estudado.

Gil (2008, p. 58) também descreve uma série de preconceitos que o estudo de caso sofre, como as alegações da falta de rigor metodológico, o que muitas vezes acaba comprometendo a coleta de dados. Da dificuldade de generalização, já que o método não fornece uma base sólida para isso. E do período de tempo destinado para a realização da pesquisa, onde muitos justificam ser necessário mais tempo para realizá-la do que fazem os pesquisadores atuais.

Para iniciar a aplicação do método, criamos um perfil no Participatório para conhecer e interagir com outros usuários e, principalmente, atuar na comunidade do Observatório de Favelas. O perfil, da autora, foi criado no dia 29 de novembro de 2015, e atua a cerca de 1 ano e meio no Participatório. Não encontramos dificuldades ao aplicar o método de pesquisa aos objetos de estudo. Como citado anteriormente, a falta de rigor metodológico, a dificuldade de generalização ou o tempo destinado à realização da pesquisa, preconceitos contra o estudo de caso, não afetaram o desenvolvimento do trabalho.

4.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Segundo Gil (2008), as pesquisas exploratórias proporcionam uma visão geral e aproximativa sobre o fato estudado.

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. (GIL, 2008, p. 27)

Na maioria das vezes, essa técnica de pesquisa proporciona uma investigação mais ampla. Isso ocorre principalmente quando o tema é pouco explorado e facilita na formulação de hipóteses mais precisas.

A pesquisa exploratória foi executada entre os dias 26 de abril e 3 de maio, por meio da rede social *Facebook*. O questionário (apêndice 1) foi aplicado a um grupo fechado com 817 jovens. Procuramos saber se os jovens do grupo conhecem e são ativos dentro do Participatório e se conhecem e interagem com o Observatório de Favelas, objetos de estudo desta pesquisa. Tivemos 80 respostas, ou seja, 9,79% do total de participantes do grupo responderam a pesquisa.

4.3 ENTREVISTA

O tipo de entrevista realizada durante o estudo foi a entrevista informal, que, segundo Gil (2008), é a menos estruturada possível e só se diferencia da conversação, porque tem como objetivo a coleta de dados.

A entrevista (apêndice 2) foi aplicada via *email*, no dia 8 de março, com a jornalista Piê Garcia, administradora das redes sociais do Observatório de Favelas. Através das respostas, conhecemos a finalidade do perfil do Observatório no Participatório, o que nos auxiliou a comprovar hipóteses sobre os objetos.

5 O PARTICIPATÓRIO

O Participatório – Observatório Participativo da Juventude (figura 1) é uma iniciativa do governo federal em criar um ambiente virtual interativo, para que a juventude brasileira produza conteúdos sobre e para si mesma; incentivando, assim, a participação e mobilização social. O espaço também é chamado de “Observatório” por proporcionar à Secretária Nacional de Juventude (SNJ) a possibilidade de monitorar e acompanhar a participação e a avaliação pública das políticas de juventude. Seu nome é uma junção dessas diretrizes: **participação social e observatório**.

FIGURA 1 – O PARTICIPATÓRIO



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Apesar do ambiente ser desenvolvido para todo o público jovem, o Participatório conta com apenas 157 membros, incluindo a participação de

coletivos, movimentos sociais, pesquisadores, parlamentares, redes, entre outros grupos que buscam contribuir e gerar discussões importantes e de interesse público.

A iniciativa surgiu em 2011 e começou a ser executada como projeto em 2012, sendo lançada, finalmente, em 2013. Desde o início, houve a intenção de unir o meio formal da academia com a rapidez e a interação social das redes, mostrando que a produção de conhecimento pode andar junto com a realidade virtual.

A implantação do Participatório veio para suprir uma antiga necessidade do governo federal em conhecer as necessidades dos jovens brasileiros, de modo que elas sejam mapeadas e sistematizadas, facilitando a formulação de políticas específicas de juventude; e a necessidade da juventude em ter um espaço qualificado, em que ela pudesse discutir assuntos do seu interesse e se mobilizar politicamente.

5.1 ESTRUTURA

O Participatório possui diversas funcionalidades e ferramentas que o tornam um ambiente habilitado para produzir e divulgar conhecimento além de promover a participação política. Logo no início, podemos ver um espaço para divulgação de notícias, mas também é possível perceber um descuido quando às atualizações desse conteúdo, já que a última atualização foi feita em 13 de dezembro de 2016 (figura 2).

FIGURA 2 - ATUALIZAÇÃO DE NOTÍCIAS

Notícias

Apresentação do CRAS na AMFRI

13 de Dezembro de 2016, 21:33

Eis que lá estávamos nós, no auditório da AMFRI, falando um pouquinho sobre o nosso CRAS.

Foi uma experiência incrível!

Estar entre pessoas que se doam, diariamente, com objetivos em comum, em busca de melhorias das condições sociais dos usuários de nossos serviços.

Oportunidade oferecida também em podermos iniciar um pré planejamento para o próximo exercício e uma riquíssima troca de experiências ao conhecer um pouco mais sobre as unidades de outros municípios vizinhos e suas realidades, enquanto entidades assistenciais.

Feliz, satisfeito com o sentimento do dever cumprido.

Abraço a todos.

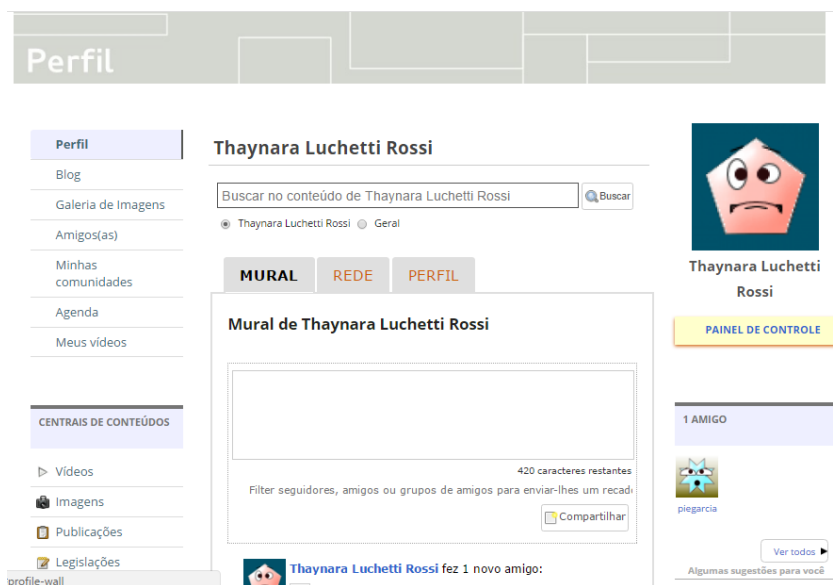
sem comentários ainda

Leia mais

FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Os usuários contam com um perfil (figura 3), mural e um painel de controle (figura 4) para interagir com outros usuários e realizar alterações quando necessário.

FIGURA 3 - PERFIL PARTICIPATÓRIO



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

FIGURA 4 - PAINEL DE CONTROLE DO PARTICIPATÓRIO



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Durante a análise da sua estrutura, é possível encontrar diversas das funcionalidades do Participatório desativadas ou inexistentes. Vejamos um pouco mais sobre elas a seguir:

Boletins temáticos: são feitos bimestralmente em parceria com o *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada* (IPEA). Os dados dos boletins se tratam da análise dos principais assuntos discutidos no Participatório e que têm maior impacto na juventude, como mostrado na figura 5.

FIGURA 5 – ÍNDICE DE ASSUNTOS MAIS DISCUTIDOS NO PARTICIPATÓRIO

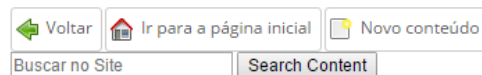
ASSUNTOS
Segurança
Educação
Trabalho e Renda
Cultura
Campo e Cidade
Comunicação e Tecnologia
Diversidade e Igualdade
Esporte e Lazer
Meio Ambiente
Participação Social
Saúde

FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

FIGURA 6 - BOLETINS TEMÁTICOS

Esta página não existe: /boletins

.You may have clicked an expired link or mistyped the address. .This page does not exist.
Would you like to: Create a new content or locate existing content.

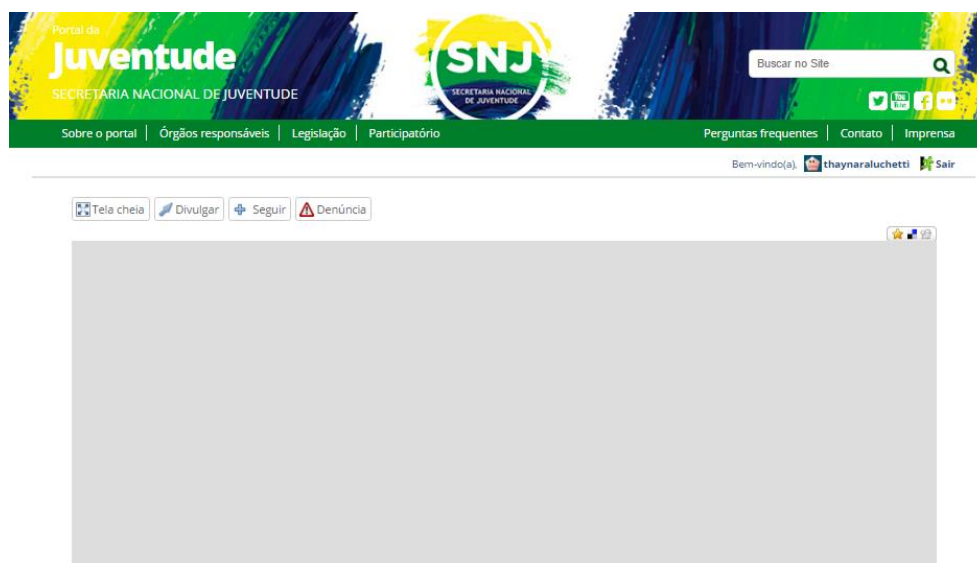


FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Na figura 6 podemos ver que ao acessar a área de boletins temáticos, não encontramos nenhuma atualização, já que a página, segundo o *site* do Participatório, não existe.

Revista Eletrônica Juventude e Políticas Públicas: a revista técnico-científica possui tiragem semestral e apresenta uma seleção pública de trabalhos. Assim como os boletins temáticos, não foi encontrar a revista ao tentar acessá-la, como mostra na figura 7.

FIGURA 7 - REVISTA ELETRÔNICA JUVENTUDE E POLÍTICAS PÚBLICAS



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Biblioteca Digital: é um repositório de produções bibliográficas da *Secretaria Nacional de Juventude* (SNJ) e de vários outros conteúdos sobre juventude. Ao acessar a biblioteca, temos acesso a publicações institucionais, nacionais e internacionais, retratadas na figura 8.

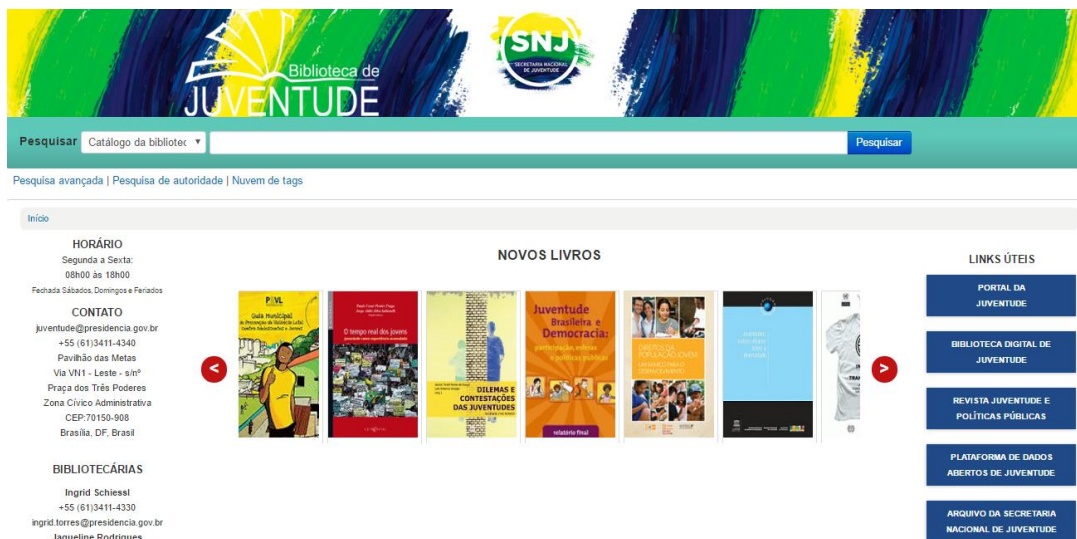
FIGURA 8 - BIBLIOTECA DIGITAL



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Centro de Documentação e Pesquisa sobre Juventude de Políticas Públicas (CEDOC-PPJ): apesar de poder ser acessado por meio da *Biblioteca Digital*, o centro é o espaço de referência para a documentação do acervo da SNJ e do *Conselho Nacional de Juventude* (CONJUVE), assim como apresentado na figura 9.

FIGURA 9 - CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA SOBRE JUVENTUDE DE POLÍTICAS PÚBLICAS (CEDOC-PPJ)



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Rede de Pesquisadores de Juventude: um espaço para pesquisadores se articularem e divulgarem suas pesquisas sobre temáticas da juventude e políticas públicas. Cerca de 115 pesquisadores participam desse espaço, que possui mural para divulgações, o perfil da rede de pesquisadores do Participatório e outras atualizações, como mostra a figura 10.

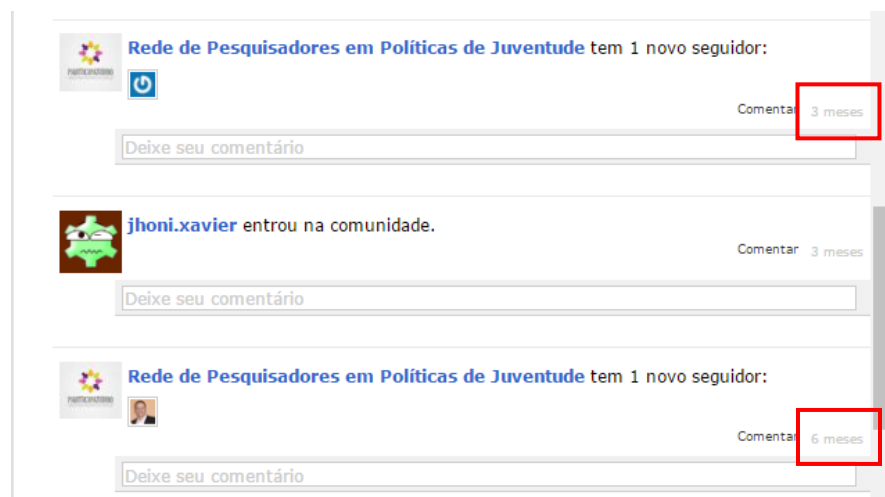
FIGURA 10 - REDE DE PESQUISADORES DE JUVENTUDE



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Ao observar o grupo, é possível ver que seu objetivo não é cumprido. Os pesquisadores participantes não divulgam pesquisas e nem costumam se articular dentro da comunidade. As atualizações ocorrem durante um grande espaço de tempo, como pode ser visto na figura 11.

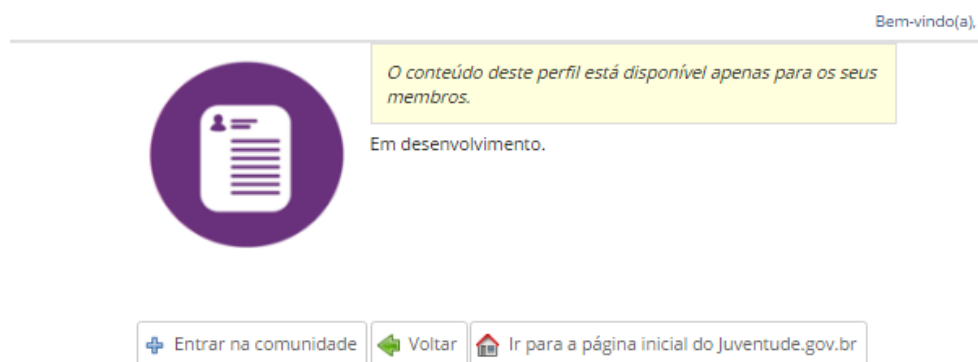
FIGURA 11 - ATUALIZAÇÕES DA REDE DE PESQUISADORES



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Dados e Indicadores: disponibilização de informação pública para pesquisa. Infelizmente, os dados também não estavam disponíveis, como exibido na figura 12.

FIGURA 12 - DADOS E INDICADORES



FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

A seguir, iremos explorar o Observatório de Favelas. A comunidade dessa organização no Participatório, irá nos auxiliar a analisar o potencial de comunicação pública do ambiente.

6 O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Em busca de afirmar uma agenda de direitos à cidade, fundamentada na ressignificação das favelas, o Observatório de Favelas foi fundado em 2001 por pesquisadores e profissionais naturais de espaços populares, e é, desde 2003, uma organização de interesse público da sociedade civil.

Sua missão como organização civil é elaborar conceitos, metodologias, projetos, programas e práticas que contribuam na formulação e avaliação de políticas públicas voltadas para a superação das desigualdades sociais¹, atuando nas seguintes áreas:

Políticas Urbanas;

Educação;

Comunicação;

Cultura;

Direitos Humanos.

6.1 O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS NO PARTICIPATÓRIO

A comunidade do Observatório de Favelas no Participatório (figura 13) foi criada no dia 10 de maio de 2014 e conta com 29 membros, sendo necessário autorização do administrador para se tornar um deles.

FIGURA 13 - COMUNIDADE DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Comunidade

Observatório de Favelas

O Observatório de Favelas é uma organização social de pesquisa, consultoria e ação pública dedicada à produção do conhecimento e de proposições políticas sobre as favelas e fenômenos urbanos. Buscamos afirmar uma agenda de Direitos à Cidade, fundamentada na ressignificação das favelas, também no âmbito das políticas públicas. Juventude

Buscar no conteúdo de Observatório de Favelas

Observatório de Favelas Geral

MURAL **PERFIL**

Basic information

Profile created at	10 de Maio de 2014
Tipo	Community
Members	29
Admins	piegarcia

Conteúdo

Blogs	0 posts
Imagens	0 fotos

Tags: amarecomplexo amaresimples arena carioca dicro beleza negra cabelo cabelo afro cabelo crespo coletivo complexo da mare **cultura** debate descriminalizacao direito penal direitos humanos do chao da mare as nuvens drogas estetica **favela genero** guia cultural de favelas guia de ruas jornal o dia manifestacoes mapa **mare** midia **mulher** norte comum nova holanda observatorio de favelas namia uniao norte praia da ramis nroconato **racismo** rariema institucional salea a

COMPARTILHE:

Sair da comunidade

Denúncia

Deixar de seguir

Convidar contatos

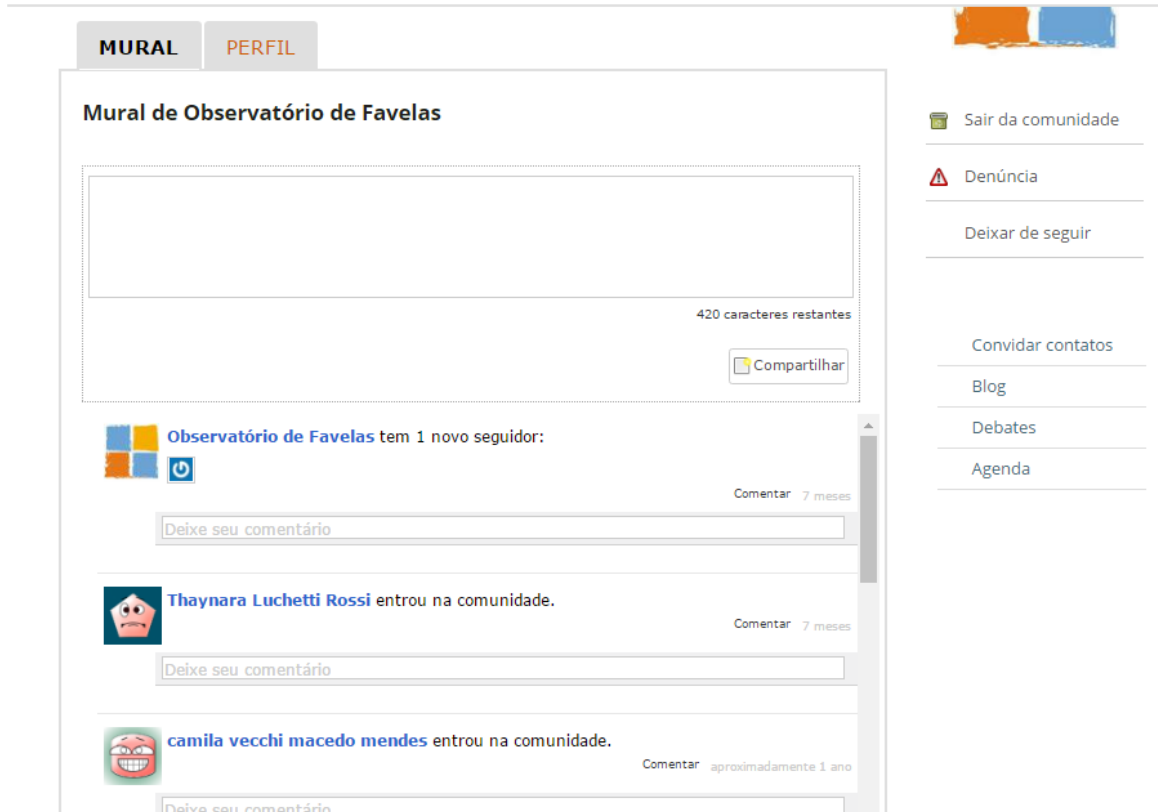
Blog

Debates

FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

Após acompanhar a comunidade por cerca de 7 meses, não foi possível encontrar qualquer interação ou atualização por parte dos membros ou do administrador da comunidade, como mostrado na figura 14. O que mostra total falta de engajamento dos usuários do ambiente virtual.

FIGURA 14 - MURAL DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

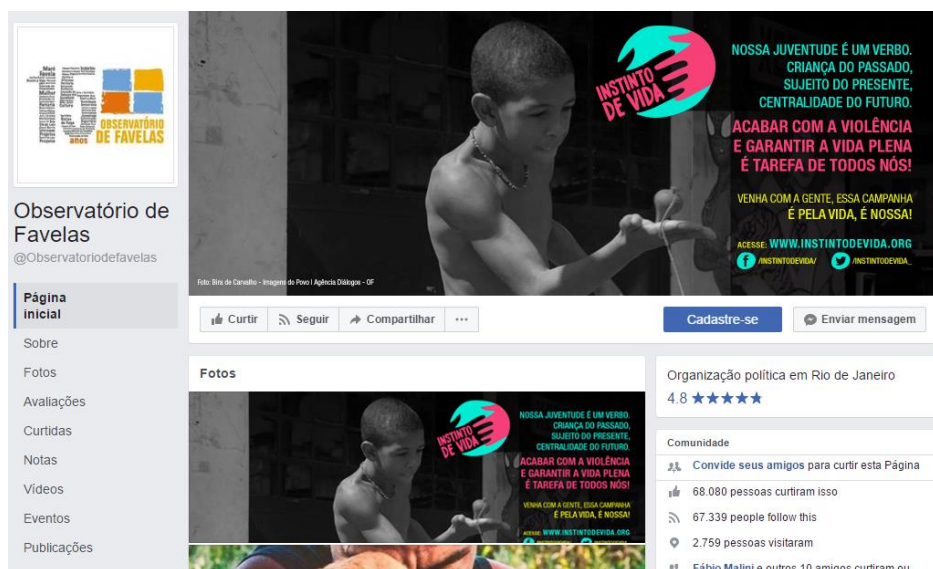


FONTE: juventude.gov.br/participatorio (2017)

6.2 A ATUAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS EM OUTRAS REDES

Ao contrário do percebemos no Participatório, o Observatório possui grandes perfis em outras redes sociais, com grande engajamento dos seus seguidores. No *Facebook*, sua página possui mais de 68 mil curtidas e possui uma ótima avaliação (figura 15). A maioria das suas postagens apoiam os direitos humanos, a criação de políticas públicas de igualdade, a educação e a cultura.

FIGURA 15 - PÁGINA DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS



FONTE: facebook.com/Observatoriodefavelas

No *Twitter*, o perfil do Observatório (figura 16) possui mais de 17 mil seguidores. Criado em maio de 2009, o perfil é atualizado diariamente com a divulgação de eventos, campanhas, notícias e informações de parceiros.

FIGURA 16 - TWITTER DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS



FONTE: twitter.com/defavelas

Além da página do Facebook e do perfil no Twitter, o Observatório possui um *site* completo com todas as informações da organização (figura 17). Por meio dele, é possível conhecer mais profundamente os projetos, áreas de atuação, história, parceiros, entre outras informações importantes para desmembrar o objeto de estudo.

FIGURA 17 - SITE DO OBSERVATÓRIO DE FAVELAS



FONTE: of.org.br/pt

Após conhecer os objetos de estudo, suas funcionalidades, toda a estrutura que possuem e/ou utilizam e suas áreas de atuação, seguiremos, no próximo capítulo, com a análise do potencial de comunicação pública do Participatório com base na comunidade que o Observatório de favelas possui dentro do ambiente.

7 APONTAMENTOS SOBRE O PROBLEMA DE PESQUISA

O Participatório é uma ação do governo federal que tem como público alvo, a juventude brasileira. A iniciativa surgiu para que a relação entre esse público e o governo fossem estreitadas, de maneira que a participação social fosse incentivada, gerando mobilização social. O ambiente possui todas as funcionalidades necessárias para interação. Os usuários possuem perfis específicos, têm a liberdade para participar de comunidades, adicionar outros usuários, discutir assuntos de seu interesse, divulgar conhecimentos e criar conteúdo em qualquer área do Participatório. O Observatório de Favelas representa um desses usuários e é a partir dele que entendemos o potencial de comunicação do Participatório.

Os dados obtidos nessa monografia serão analisados partindo dos seguintes recortes: quais são as estratégias de comunicação pública utilizadas pelo Participatório; como podemos compreender a relação de interação entre público jovem e governo; e de que forma esse público utiliza o Participatório. Os dois últimos recortes serão analisados com base nos dados alcançados por meio da comunidade do Observatório de Favelas.

7.1 POTENCIAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO PARTICIPATÓRIO

Conforme mencionado no primeiro capítulo, a comunicação pública no âmbito governamental é de total responsabilidade do próprio governo. O processo comunicativo deve ser voltado para a cidadania e ser um instrumento para “prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas

adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social” (BRANDÃO, 2007, p. 5).

O Participatório é uma ferramenta de comunicação pública criada para mobilizar e engajar a juventude brasileira e responde ao processo comunicativo apresentado na citação anterior. Vemos que o ambiente atende às especificações apresentadas por Brandão quando reiteramos que ele não só surgiu para engajar, mas também para suprir as necessidades de interação entre o governo e jovens, para criar e conter conteúdos específicos para esse público e para apresentar e conhecer a aprovação de ações e de políticas públicas de juventude desenvolvidas pelo governo.

O ambiente também atende a esfera pública virtual, já que ele representa um local de discussão e fomentação da opinião pública com grande possibilidade de gerar capital social, como trabalhado nos capítulos iniciais. Gomes (2008) afirma que a interação social pode proporcionar grandes vantagens aos indivíduos. No caso do Participatório, a interação social proporciona ao governo um vislumbre sobre necessidades da juventude, o que facilita na criação de políticas específicas, favorecendo esse público.

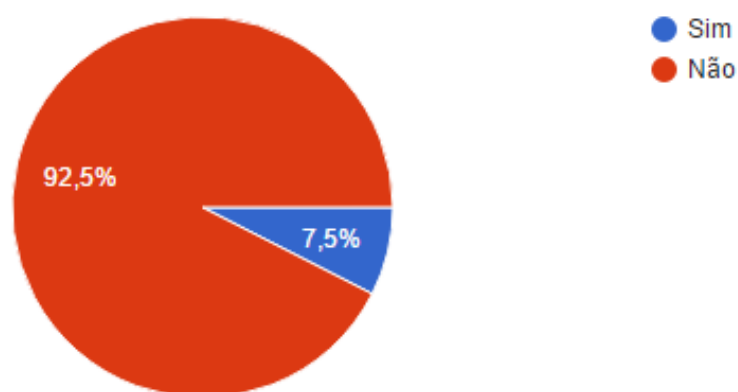
7.2 O PÚBLICO DO PARTICIPATÓRIO

Como citado no início deste capítulo, o público alvo do Participatório é a juventude brasileira. Um dos objetivos do ambiente é suprir a necessidade de um espaço apto para a interação entre esse público e governo; mas para que esse objetivo seja cumprido, é necessário incentivar a participação política e divulgar amplamente o Participatório e todas as suas possibilidades.

Na pesquisa exploratória, divulgada em um grupo fechado com 817 jovens entre 15 e 30 anos, no Facebook, pudemos perceber o quanto o Participatório é desconhecido entre seu público alvo. Das 80 respostas recebidas, apenas 6 mostraram que conheciam o Participatório, totalizando 7,5%, como mostrado no gráfico 1.

GRÁFICO 1 - CONHECIMENTO DO PARTICIPATÓRIO

Você conhece o Participatório?

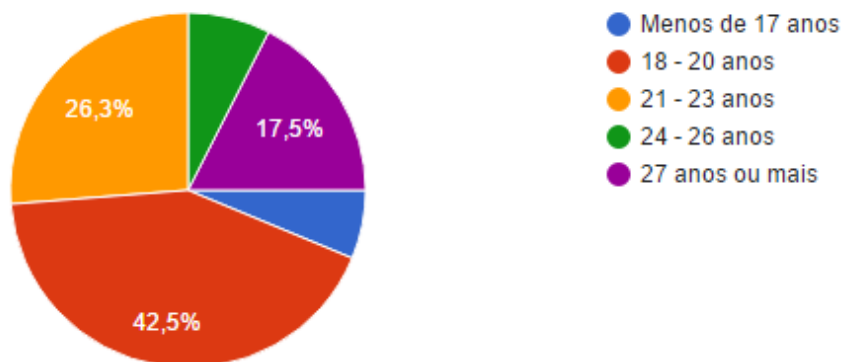


FONTE: A autora (2017)

Nos gráficos seguintes, podemos ver que a maioria dos correspondentes possuem entre 18 e 20 anos e que possuem uma renda familiar superior ou de até 5 salários mínimos.

GRÁFICO 2 - IDADE

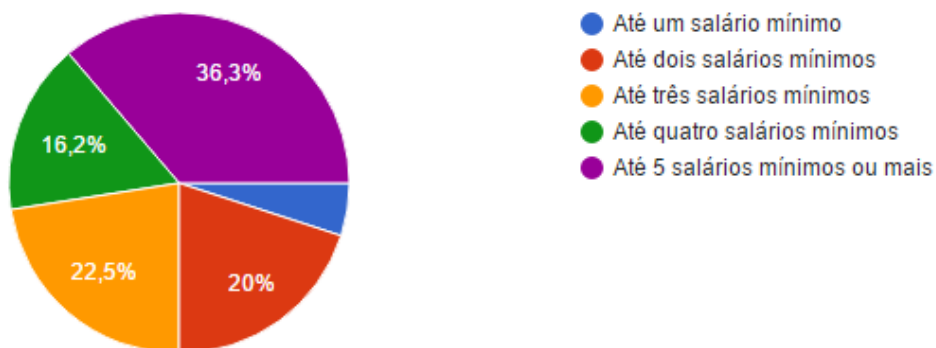
Qual a sua idade?



FONTE: A autora (2017)

GRÁFICO 3 - RENDA FAMILIAR

Qual a sua renda familiar?

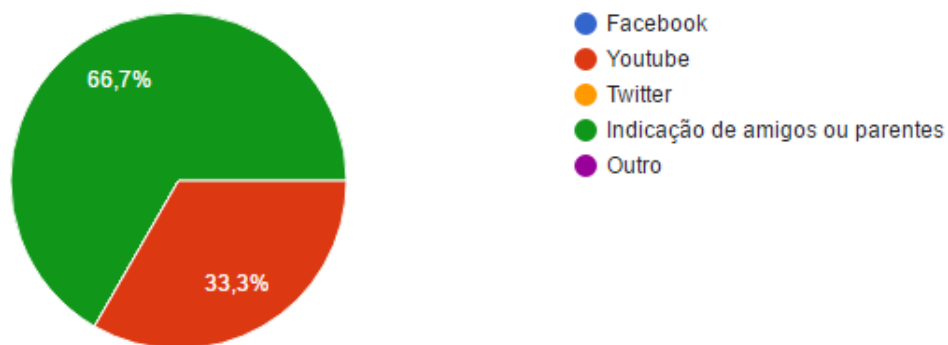


FONTE: A autora (2017)

A partir das 6 respostas afirmativas sobre o Participatório, buscamos entender como conheceram o ambiente. Cerca de 66% das respostas indicam que a possibilidade de conhecer o Participatório é maior quando indicado por pessoas próximas, como podemos ver no gráfico 4.

GRÁFICO 4 - COMO CONHECEU O PARTICIPATÓRIO

Como você conheceu o Participatório?

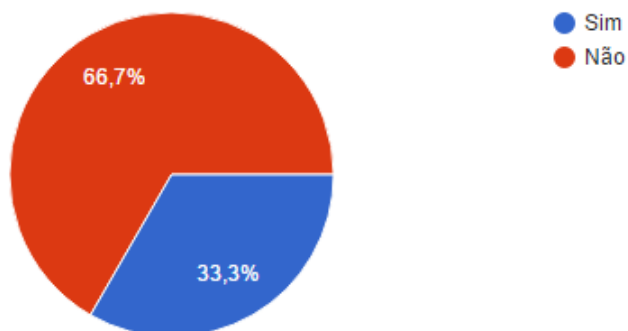


FONTE: A autora (2017)

De todos que conhecem o Participatório, uma minoria participa do ambiente de maneira ativa e apenas 16,7% costuma acompanhar as atualizações de coletivos, como apresentado nos gráficos 5 e 6.

GRÁFICO 5 - ATIVIDADE DENTRO DO PARTICIPATÓRIO

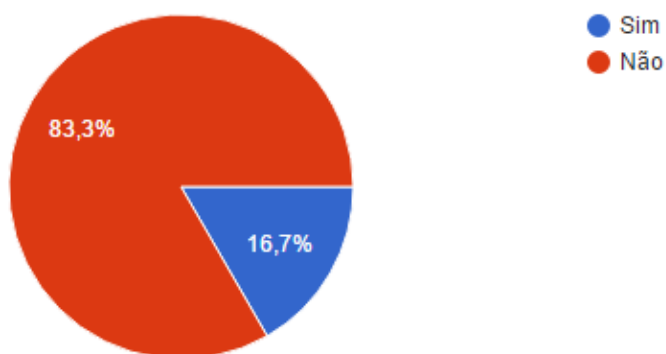
Você é ativo dentro do Participatório?



FONTE: A autora (2017)

GRÁFICO 6 - ATUALIZAÇÕES NO PARTICIPATÓRIO

Você costuma ou costumava acompanhar as atualizações de coletivos dentro do Participatório?

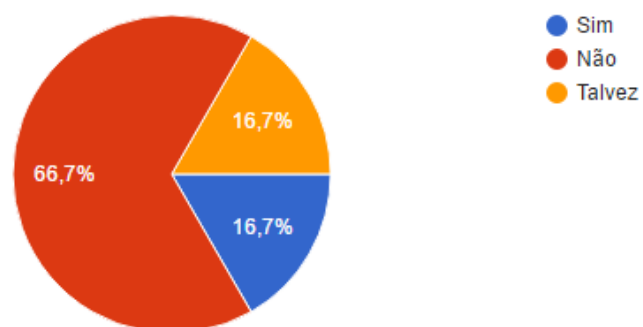


FONTE: A autora (2017)

Após perguntar da participação ativa dentro do ambiente, e do acompanhamento de conteúdos de comunidades de coletivos, procuramos saber se os correspondentes conheciam o Observatório de Favelas. A maioria das respostas indicaram que não, conforme o gráfico 7.

GRÁFICO 7 - CONHECIMENTO SOBRE O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Você conhece o coletivo Observatório de Favelas?

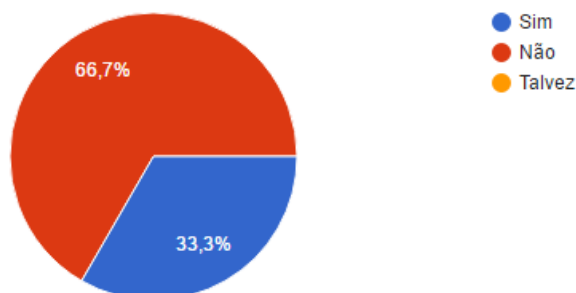


FONTE: A autora (2017)

Das respostas positivas quanto ao conhecimento do Observatório de Favelas, buscamos conhecer se esses usuários acompanham o Observatório no Participatório. Como veremos no gráfico a seguir, 33,3% das respostas foram positivas.

GRÁFICO 8 - ACOMPANHAMENTO DO OBSERVATÓRIO

Você acompanha ou já acompanhou o coletivo Observatório de Favelas no Participatório?

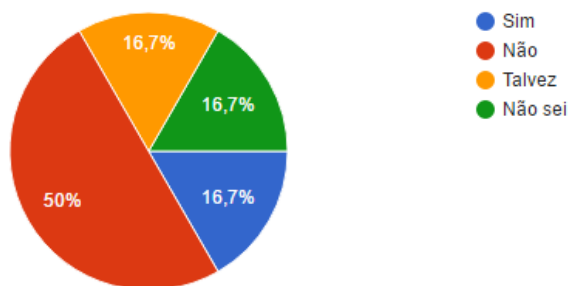


FONTE: A autora (2017)

A seguir, questionamos se os correspondentes acreditam que o Participatório cumpre seu papel como ferramenta de comunicação pública. Metade deles responderam negativamente, como mostra o gráfico 9.

GRÁFICO 9 - O PARTICIPATÓRIO COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O Participatório é uma ferramenta de comunicação pública. Você acredita que ele cumpre esse objetivo?



FONTE: A autora (2017)

Por fim, incentivamos os correspondentes a darem suas opiniões sobre o Participatório, Segundo as respostas, o ambiente é desconhecido por conta da falta de divulgação, como veremos a seguir:

“Apesar de conhecer, não participo ativamente. Uma sugestão seria divulgá-lo mais e apresentar todas as possibilidades de uso que podem ser feitos por ele.”

“Acredito que seja uma ótima ferramenta de comunicação, mas o governo não consegue aproveitar todo seu potencial. Falta divulgar, incentivar seu uso e aprimorar diversos espaços do ambiente que hoje estão fora do ar.”

As respostas também destacam o potencial de comunicação presente no Participatório, e alguns problemas estruturais que citamos nos capítulos anteriores.

7.3 O PARTICIPATÓRIO E O OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Ao participar da comunidade do Observatório de Favelas no Participatório, pudemos perceber a falta de engajamento por parte do público. Em uma entrevista informal, feita com Piê Garcia, jornalista responsável pela atualização das redes e da comunidade do Observatório no Participatório, procuramos conhecer qual a finalidade da participação da organização dentro do ambiente.

Piê nos conta que houve uma parceria entre o Observatório de Favelas e o Participatório entre os anos de 2013 e 2014. O objetivo da parceria era divulgar conteúdos do Observatório, fomentar discussões e incentivar o cadastro e participação no ambiente. Atualmente, a jornalista não acompanha mais as atualizações do Participatório por conta da falta de engajamento dos usuários.

Segundo ela, é mais efetivo, para o Observatório, realizar a comunicação da organização por meio do Facebook, já que possui maior engajamento e curtidas na página. Além disso, no Facebook, é possível divulgar conteúdos de parceiros com mais facilidade, o que não ocorre no Participatório. Por fim, Piê afirma que o Participatório é uma ótima ferramenta de comunicação, já que chegou a acompanhar discussões importantes dentro do ambiente. Sua única sugestão é a ampla divulgação sobre o Participatório e suas funcionalidades.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo desse estudo foi compreender o potencial de comunicação pública do Participatório. Para alcançá-lo, analisamos, dentro do ambiente, a interação da comunidade do Observatório de Favelas. Ao longo da pesquisa, percebemos que o ambiente possui um grande potencial de comunicação, assim como as diversas redes sociais espalhadas pela internet. O Participatório é capacitado com a mais diversas funcionalidades para fomentar a participação política dos jovens, mas não é utilizado de forma que venha tornar a participação política efetiva.

A falta de manutenção e de divulgação sobre sua existência não proporcionam o incentivo necessário para impulsionar a participação política e construir discussões relevantes sobre e para a juventude brasileira. Podemos constatar isso observando as interações do Participatório e através das diversas respostas que recebemos através da pesquisa exploratória. Vimos, no primeiro capítulo, que a comunicação pública governamental é um “instrumento de construção da agenda pública, e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social” (BRANDÃO, 2007, p. 5). Reconhecendo que o Participatório é uma estratégia para que a comunicação possa ser utilizada da forma descrita por Brandão, é possível concluir que o ambiente possui um grande potencial de comunicação pública, mas mal aproveitado, tanto pelos seus criadores quanto pelos seus participantes, já que seu objetivo não atingido.

Isso pode implicar em uma deficiência entre o relacionamento do público jovem e governo, já que não há uma interação saudável entre os mesmos, nem mesmo nos ambientes destinados a isso.

O diálogo e a participação política, no atual contexto em que vivemos, é de extrema importância. A juventude brasileira já se mostrou capaz de promover diversas mudanças, como o caso das manifestações de 2013 ou do movimento estudantil brasileiro realizado no decorrer do ano de 1992 que teve, como objetivo principal, o *impeachment* do presidente do Brasil na época, Fernando Collor de Mello. Mas como qualquer outro público, é necessário fomentar as discussões e compartilhar entendimentos com base no respeito mútuo, assim como defende Rousiley Maia (2008, p. 288), que enfatiza que sem o incentivo ao engajamento político e sem o uso das práticas comunicacionais, não temos garantia de participação e muito menos de debates críticos e racionais.

Percebemos que o Participatório é a ferramenta ideal para essas práticas, mas também uma ferramenta esquecida pela antiga e atual gestão. Como Piê Garcia enfatizou em sua entrevista, a solução está em divulgar o ambiente e incentivar a participação política de forma saudável, resultando na criação de políticas capazes de trazerem mudanças relevantes na sociedade em que vivemos.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de comunicação pública. IN: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo, Atlas, 2007.

DUARTE, Márcia Yukiko. Comunicação e Cidadania. IN: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo, Atlas, 2007.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de Caso. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2008, 380p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

HASWANI, Mariângela F. Comunicação governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. In: MATTOS, Heloiza. **Comunicação Pública e Governamental**. Revista Organicom, 2006.

KEGLER, Bruno; KEGLER. **Comunicação Pública: os sentidos usuais do termo no Brasil**. Revista Razón y Palabra, 2011.

KUNSCH, Margarida. Sociedade Civil, multidadania e comunicação social. IN: KUNSCH, Margarida. (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

MATOS, Heloiza. **Capital Social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MORGADO Isabel Salema. Cidadania. IN: CORREIA, João Carlos; FERREIRA, Gil Baptista e ESPIRITO SANTO, Paula (org.) **Conceitos de Comunicação Política**. Labcombooks 2010.

NOVELLI, Ana Lucia. Comunicação e Opinião pública. IN: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo, Atlas, 2007.

NOVELLI, Ana Lucia. Relações públicas governamentais. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Org. **Relações Públicas: História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

OBSERVATÓRIO DE FAVELAS. **Página do Observatório de Favelas.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/Observatoriodefavelas/>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

_____. **Twitter do Observatório de Favelas.** Disponível em: <<https://twitter.com/defavelas>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

_____. **Site do Observatório de Favelas.** Disponível em: <<http://www.observatoriodefavelas.org.br/>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

O'RIORDAN, Sheila; FELLER, Joseph; and NAGLE, Tadhg. **Exploring the affordances of social network sites: an analysis of three networks** (2012). ECIS 2012 Proceedings. Paper 177.

PARTICIPATÓRIO. **O que é?** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/participatorio/o-que-e#.WThziozyvIU>>. Acesso em: 06 mar. 2017.

_____. **Boletins Temáticos.** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/boletins>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

_____. **Revista Eletrônica Juventude e Políticas Públicas.** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/revista>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

_____. **Biblioteca Digital.** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/biblioteca>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

_____. **Centro de Documentação e Pesquisa sobre Juventude e Políticas Públicas (CEDOC-PPJ).** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/cedoc>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

_____. **Rede de Pesquisadores de Juventude.** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/profile/pesquisadores#.WTh10YzyvIU>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

_____. **Dados e Indicadores.** Disponível em: <<http://juventude.gov.br/profile/dados>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

PERUZZO, Cicília. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. IN: KUNSCH, Margarida. (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Sulina, 2010.

SILVEIRINHA, Maria João. Esfera Pública. IN: CORREIA, João Carlos; FERREIRA, Gil Baptista e ESPIRITO SANTO, Paula (org.). **Conceitos de Comunicação Política.** Labcombooks 2010.

APÊNDICE 1 - TEXTO DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Olá, tudo bem?

Como parte do meu trabalho de conclusão de curso, a pesquisa vai me auxiliar a entender o potencial de comunicação pública do Participatório.

Mas afinal, o que é o Participatório?

O Participatório é uma ferramenta lançada em 2013 pelo Governo Federal, em busca de maior interação com a juventude brasileira, que na época estava ativa nas manifestações contra o aumento da passagem.

Como uma rede social, o Participatório junta todos os tipos de conteúdo, com participantes de norte a sul do país. É um espaço de debate público entre governo e juventude e sobre suas necessidades.

Obrigada pela participação.

APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO ENVIADO AO GRUPO DE JOVENS POR MEIO DO FACEBOOK

O Participatório

Olá, tudo bem?

Como parte do meu trabalho de conclusão de curso, a pesquisa vai me auxiliar a entender o potencial de comunicação pública do Participatório.

Mas afinal, o que é o Participatório?

O Participatório é uma ferramenta lançada em 2013 pelo Governo Federal, em busca de maior interação com a juventude brasileira, que na época estava ativa nas manifestações contra o aumento da passagem.

Como uma rede social, o Participatório junta todos os tipos de conteúdo, com participantes de norte a sul do país. É um espaço de debate público entre governo e juventude e sobre suas necessidades.

Obrigada pela participação.

*Obrigatório

Você conhece o Participatório? *

Sim

Não

PRÓXIMA

Como você conheceu o Participatório? *

- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Indicação de amigos ou parentes
- Outro

Você é ativo dentro do Participatório? *

- Sim
- Não

Você costuma ou costumava acompanhar as atualizações de coletivos dentro do Participatório? *

- Sim
- Não

De quais coletivos?

Sua resposta

Você conhece o coletivo Observatório de Favelas? *

- Sim
- Não
- Talvez

Você acompanha ou já acompanhou o coletivo Observatório de Favelas no Participatório?

- Sim
- Não
- Talvez

O Participatório é uma ferramenta de comunicação pública. Você acredita que ele cumpre esse objetivo? *

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei

Você possui alguma sugestão ou crítica em relação ao Participatório?

Sua resposta

Já estamos acabando!

Qual a sua idade? *

- Menos de 17 anos
- 18 - 20 anos
- 21 - 23 anos
- 24 - 26 anos
- 27 anos ou mais

Qual a sua renda familiar? *

- Até um salário mínimo
- Até dois salários mínimos
- Até três salários mínimos
- Até quatro salários mínimos
- Até 5 salários mínimos ou mais

VOLTAR

PRÓXIMA

APÊNDICE 3 – ENTREVISTA PIÊ GARCIA

THAYNARA: Qual é a sua função dentro do Observatório de Favelas?

PIÊ: Além de ser responsável por toda comunicação do Observatório, alimento todas as redes, como o Participatório.

Você conhece e possui um perfil dentro do Participatório, sendo assim, você costuma acompanhar as discussões que ocorrem dentro do espaço?

Não costumo acompanhar nenhuma discussão dentro do Participatório, já que a comunidade do Observatório de Favelas é raramente atualizado.

Qual a finalidade do perfil do Observatório de Favelas no Participatório?

Nós fizemos uma parceria com o Participatório em 2013/2014. Nós participávamos e divulgávamos informações nossas na plataforma, isso incentivava o engajamento.

Em sua opinião, o envolvimento com os seguidores do Observatório de Favelas é mais efetivo pelo Facebook ou pelo Participatório? Por que?

O nosso Facebook tem um número maior de "curtidore" e com mais engajamento. No Participatório, basicamente, divulgávamos conteúdos produzidos por nós. No Facebook, temos um perfil mais atualizado.

O Participatório é uma ferramenta de comunicação pública. Você acredita que ele cumpre esse objetivo? Por que?

Acredito que ainda não, por falta de engajamento. Vejo que algumas comunidades tentam ser participativas e que existem pessoas que discutem os temas propostos, acho isso muito bom. Mas no perfil do Observatório de Favelas nunca tivemos tanta participação. Só acho que o Participatório poderia ser mais amplamente divulgado, juntamente com o acesso.