BABILÔNIA DIGITAL:
uso das redes sociais como forma de prestação de serviços públicos[1]

DIGITAL BABILON
use of social media as a form of public service provision

George Guilherme Soares[2]
Vinicius Andrade Pereira[3]

***Resumo**: A dinâmica de uma sociedade conexionista faz crescer cada vez mais os desafios para governos, empresas e academia em entender a relação entre a população e o poder público. Nosso texto buscará aferir um espectro deste debate: como as entidades públicas se apropriam das redes sociais a fim de emitir uma mensagem mais eficiente a população em geral. Neste ínterim, essas redes assumem um importante papel como facilitadoras no diálogo entre esses dois atores, sobretudo, ao oferecer seus serviços. Dessa maneira, recorreremos ao conceito de cibercidades, construído por André Lemos, que, por sua vez, utiliza do pensamento de Pierre Levy como alicerces de sua tese. À luz dessa narrativa, então, usaremos como objeto de estudo para este trabalho o Centro de Operações Rio, órgão da Prefeitura do Rio de Janeiro. Mostraremos que existe uma porosidade dos seus canais de informação nas redes sociais, isto é, um espaço aberto para conversas, o que respalda a criação de conversas e diálogos pela entidade, visando desenvolver suas potencialidades e otimizar o exercício de sua atividade fim.*

***Palavras-Chave:** Redes Sociais; Centro de Operações Rio; Prefeitura do Rio;*

***Abstract**: The dynamics of a connected society will bring the issues closer to governments, companies and academics in a relationship between the population and the public power. The text seeks to gauge a spectrum of this debate: How public entities appropriate social networks in order to make a message more efficient for the general population. In the meantime, networks play an important role as facilitators in the dialogue between the two actors, especially when offering their services. The light of this narrative, then, uses as object of study for this work in the Center of Operations of Rio, organ of the City of Rio de Janeiro. Show your information capacities in*

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho de Comunicação Institucional e Imagem Pública do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

[2] Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ), george.gsoares@gmail.com.

[3] Professor Doutor da Faculdade de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, vpandrade@gmail.com

social networks, that is, an open space for conversations, what is important for the creation of conversations and dialogues for nature, the expansion of its potentialities and the optimization of the exercise of its activity end.

Keywords: *Social Media; Rio Operations Center; Rio de Janeiro City Hall*

1. Introdução

Sempre que temos em mente algum processo envolvendo órgãos públicos, nos remetemos à morosidade dele. De fato, diversos procedimentos demandam um tempo demasiadamente alto para sua resolução, como é o caso de disputas judiciais[4].

As mídias digitais e as redes sociais estão intensamente presentes no cotidiano da sociedade. De acordo com o relatório da empresa Hootsuite, em conjunto com a consultoria Global Index, publicada em janeiro de 2019, o Brasil tem 140 milhões de usuários ativos nas redes sociais, onde cada pessoa fica em média 3h26min, sem distinção de de qual ela permanece. Os dados desse reporte ainda nos informa que 85% das pessoas que possuem conexão à rede mundial de computadores acessa, independentemente de qual meio, pelo menos uma vez por dia a Internet. Tendo em vista tamanha abrangência, tanto instituições públicas como privadas deram início à utilização dessas mídias como ferramentas estratégicas no desenvolvimento de suas atividades.

Sendo assim, este trabalho tem como objetivo analisar quais as contribuições positivas do uso de redes sociais por órgãos públicos no Brasil, com o foco no processo comunicacional entre governo e sociedade, além de como a produção de conteúdo pode colaborar com a gestão desses órgãos. De forma objetiva, traremos à baila alguns exemplos já utilizados e usaremos como objeto de estudo o caso do Centro de Operações da Prefeitura do Rio de Janeiro.

[4] Atualmente, isso tem sido mitigado com a criação de Juizados Especiais Cíveis quando o embróglio jurídico diz respeito a pequenas quantias. Sobre o tema, ver relatório 2018 do Conselho Nacional de Justiça, disponível em:
http://www.cnj.jus.br/files/conteudo/arquivo/2019/03/6f5cd863e4fc7df2397866c692301712.pdf

Percebemos um movimento com forte confluência das novas tecnologias de informação e comunicação com a cidade, trazendo mudanças para o espaço urbano e potencializando o fluxo de informações e de pessoas (Lemos, 2003, p.4). Dentre as iniciativas atuais para a implementação de interfaces entre as cidades e as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) estão os projetos denominados “cibercidades” ou “cidades digitais”. Numa definição ampla, usada pelo pesquisador André Lemos, essas cibercidades são projetos que visam integrar as TICs ao espaço urbano, tanto através das redes telemáticas e dos aparatos tecnológicos, quanto através de um espaço virtual (hospedado na Internet), em que os cidadãos podem dispor de informações, serviços e formas de interação.

Hoje, nas cibercidades contemporâneas (Lemos, 2004, p4), estamos assistindo a expansão de experiências de localização e de tratamento inteligente da informação a partir de dispositivos sem fio que aliam mobilidade, personalização e localização, criando novas práticas do espaço. Atualmente, um usuário pode usar qualquer aplicativo de mensagem e fazer uma denúncia a uma rádio ou simplesmente reportar que houve um acidente de trânsito em seu trajeto para o trabalho. Isso concede uma maior troca de informação em mobilidade fornecendo dados dinâmicos sobre um determinado ambiente, resignificando-o. André Lemos discorrer sobre cibercidade ao falar que

> a ciberurbe como o urbano da cibercidade, como a forma (genérica) da atual sociedade da informação. Ciberurbe é a dimensão simbólica, imaginária, informacional das cibercidades contemporâneas. Cibercidade é a cidade na cibercultura. Ciberurbe é o urbano na cibercultura. O espaço hertziano da TV e do rádio já havia alterado a dimensão urbana de forma radical, assim como o telefone, o telégrafo, ou mesmo os correios. O que vemos agora é um redimensionamento das práticas sociais (relação através de SMS, bluetooth, busca de pontos de conexão Wi-Fi, protestos políticos por swarming, smart mobs, anotações urbanas, geolocalização, games) criando novas viscosidades sociais. (LEMOS, 2007, p.3)

Estas viscosidades são formas de agregação social desenvolvidas onde há alta conectividade e velocidade de fluxo informacional, criando lugares sociais,

territórios socialmente relevantes. De acordo com Boaria, dos Anjos e Raye (2014, p.65), o surgimento e aperfeiçoamento da internet proporcionou o desenvolvimento e aperfeiçoamento das tecnologias da informação e comunicação. Dentro deste contexto, o que se conhece hoje como mídias sociais é parte dessa evolução. Arnaut et al. (2011, p. 262) aborda que mídia é qualquer forma ou meio utilizado para a comunicação, incluídas aí as mídias tradicionais e sociais. Dizard (2000, p.141), por seu turno, adiciona a este conceito uma camada onde afirma que tais mídias se configuram em novos meios de comunicação em massa. Para o autor, a mídia tradicional deve permanecer como um "elo constante na transição para um novo ambiente de comunicação de massa" (Dizard, 2000, p. 257).

Por outro lado, as mídias sociais, segundo Kaplan e Haenlein (2010, p. 59), são um conglomerado de funções voltadas para a Internet, pautadas em axiomas tecnológicos e ideológicos, onde permite a troca e a criação de conteúdo. Em outras palavras: trata-se de uma ampla diversidade de meios de comunicação (mídia, portanto), baseados na Internet, que visam proporcionar um ambiente de participação e interação por parte do usuário, proporcionando-lhe a possibilidade de gerar, ampliar, enriquecer, organizar ou modificar as informações e conteúdos veiculados por essa mídia. É exatamente esta característica de interatividade e construção coletiva que distingue as mídias sociais das mídias tradicionais.

É interessante frisar que, enquanto nas mídias tradicionais exista uma concentração e um número reduzido de stakeholders (emissoras de TV e rádio, agências etc), no cenário das mídias sociais isso difere. Há uma espécie de controle disseminado entre seus usuários, como aponta Rachel Recuero. Existe uma quebra de estrutura emissor-receptor e possibilitando que as informações sejam transmitidas de forma muito mais rápida (Recuero, 2009, p.3). Além disso, de acordo com Romano, Chimenti, Rodrigues, Hupsel e Nogueira (2012, p.81), e também diferente das mídias tradicionais, na Internet, a informação é multidirecional e totalmente aversa a alguma tipo de cerceamento, tornando sua tentativa de controle bem mais difícil, quando não inócua. Segundo os autores:

> Esse é um desafio que boa parte das organizações enfrenta atualmente: lidar com o fenômeno da Internet e em especial com as Mídias Sociais Digitais (MSDs). Estas são plataformas que permitem

> a criação e o compartilhamento de conteúdo entre as pessoas, viabilizam a comunicação em larga escala, e vem ganhando cada vez mais destaque, impulsionadas principalmente pela crescente massa de usuários. (Romano et al. 2012, p. 2)

Mídias sociais podem ter inúmeros e diferentes formatos, como, por exemplo, os blogs (publicações editoriais independentes), microblogs, (a exemplo do Twitter e Weibo), salas de bate-papos, sistemas de compartilhamento de fotos e vídeos (a exemplo do Instagram e do Youtube), wikis (compartilhamento de conhecimento), e especialmente redes sociais mediadas por TI propriamente ditas, com destaque para o Facebook.

2. Uso das redes sociais pelo poder público

A literatura sobre este tema tem crescido muito nos últimos anos. Para Storch (2007, p.88), as redes sociais hoje são imprescindíveis para o fluxo de informações, para a construção do conhecimento e para a difusão de opiniões, sendo que o domínio das técnicas de análise de redes sociais pode contribuir de modo significativo na formação de equipes para processos de inovação, inteligência de mercado e tomada de decisão.

Smith (2009, p.42) aponta as redes sociais como sendo um movimento global. À época de sua publicação, ele previa que iria se tornar uma importante ferramenta de marketing. Para ele,

> as redes sociais estão proporcionando às organizações novas ferramentas de segmentação de campanhas de acordo com os perfis de seus usuários e comunidades, tornando possível o desenvolvimento de relacionamentos personalizados e em larga escala ao mesmo tempo. (Smith, 2009, p.44)

De acordo com Castells (2005, p38), já há esforços de vários pesquisadores para se compreender a questão da sociabilidade nas redes eletrônicas e as consequências culturais dessa nova forma de interação social. O fato é que esse processo está totalmente imerso na sociedade informacional que estamos nos

tornando e contribuindo para uma nova forma de organização social. As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. Para Castells, a comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais.

Para Marteleto (2010, p. 33), os estudos das redes trazem à tona um fato do mundo contemporâneo que ainda está pouco explorado, qual seja, os indivíduos, dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo próprio desenvolvimento das redes.

Observando sob o ângulo da utilização de mídias e redes sociais pela administração pública, Kes-Erkul e Erkul (2009, p. 5) destacam que as mídias sociais têm a capacidade de proporcionar uma maior participação da comunidade. Segundo os autores, "web 2.0 tools, such as social media have the capacity to change the relationship between the Internet and its users, and can change power structures and increase the opportunity for users to engage in greater community participation[5]".

Os governos locais podem utilizar sites de mídia social para monitorar e resolver problemas, adquirir recursos e envolver os seus cidadãos em um clima de cooperação através da produção de conteúdo específico para a operação de cidade. Para Cole (2009, p. 9), "as mídias sociais são ferramentas de comunicação globais poderosas que podemos implementar para ajudar a rejuvenescer o engajamento cívico".

No cotidiano, é possível observar a tendência do uso de mídias sociais pelos agentes públicos e agentes políticos no âmbito da administração pública no Brasil. Segundo Pinto (2012, p.42), em 50% dos órgãos públicos brasileiros o acesso às mídias sociais é totalmente liberado e em apenas 25% o acesso é totalmente proibido. Como este fenômeno é relativamente novo, são raras as situações em que o uso institucional da ferramenta está normatizado. Esse quadro tende a mudar. A prefeitura do Rio de Janeiro, por exemplo, criou um guia de estilo e normatização

[5] "Ferramentas da Web 2.0, como as mídias sociais, têm a capacidade de mudar o relacionamento entre a Internet e seus usuários e podem mudar as estruturas de poder e aumentar a oportunidade para os usuários se engajarem em uma maior participação da comunidade" (Tradução nossa).

para as redes sociais de suas secretarias.[6] Mais do que normatizar o uso de mídias sociais na gestão pública, porém, inúmeros órgãos da administração pública já têm utilizado as mídias sociais como meio de comunicação institucional, criando fan pages oficiais para divulgação de ações ou maior interação com os cidadãos.

2.1. Para além de um mural virtual

As tecnologias da informação e comunicação (TICs) entre as quais se destacam a Internet, as redes de computadores, a transmissão via satélite e a telefonia móvel, criaram condições para o surgimento da sociedade do conhecimento. O Estado, por intermédio do governo eletrônico (e-gov), é o principal instrumento de que os cidadãos dispõem atualmente para enfrentar os desafios impostos pela globalização, por meio de interações inéditas entre sociedade, empresas e governos (BRAGA, 2008, p.55). A diminuição das barreiras de acesso à informação reconfigura a estrutura tradicional da prática política. Consultar oportunidades de emprego, contatar representantes políticos, acompanhar a utilização das verbas públicas ou propor agenda de discussão das políticas públicas torna-se possível a partir das tecnologias de informação e comunicação, canais de que os governos se apropriam para disponibilizar vários serviços aos cidadãos (SANTOS, 2009, p.29).

Em termos gerais, pode-se pensar nas seguintes relações sustentadas pelo governo eletrônico: aplicações Web com foco no segmento governo-fornecedor (G2B – government to business); aplicações Web voltadas para a relação governo-cidadão (G2C – government to costumer); e aplicações Web referentes a estratégias governo-governo (G2G – government to government). O governo eletrônico, além de promover essas relações em tempo real e de forma eficiente, poderia ainda ser potencializador de boas práticas de governança, além de catalisador de uma mudança profunda nas estruturas de governo, proporcionando mais eficiência, transparência e desenvolvimento (RUEDIGER, 2002, p.38). Para Vaz (2003, p.66), os benefícios do governo eletrônico são apontados como apropriáveis pelo governo

[6] Disponível em: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/7596427/4207121/Guide_digital_prefeitura.pdf. Acesso em 13 de março de 2019.

(aumento da capacidade operativa, ganhos de eficiência, melhor relacionamento com os cidadãos). Também podem ser vistos a partir de outro ponto de vista, o do cidadão (melhor atendimento, acesso a serviços e a informações e condições de interagir com governo).

O que se observa, de modo geral, é que os perfis nas redes sociais ainda não fazem uso das tecnologias de informação e comunicação para promover interatividade com a sociedade, sendo a ideia de interatividade e de exploração do potencial da comunicação muito baixa. Independentemente do poder e da esfera governamental, há concordância quanto às possibilidades de aumento da participação da sociedade civil com a implementação do governo eletrônico. Ainda que existam iniciativas de construção de portais no Legislativo, essa esfera do poder não tem atraído o interesse de pesquisadores na mesma proporção da verificada em relação aos portais do Executivo. As TICs também têm se espraiado por outros setores do Estado, tais como os poderes Legislativo e Executivo, visando aos mesmos objetivos: maior eficiência e maior transparência, o que pressupõe maior abertura ao diálogo com a sociedade (RAUPP, 2011. p.128).

De maneira geral, uma rede social pode ser entendida como um conjunto formado por dois elementos básicos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e as suas conexões (RECUERO, 2011, p.7). Segundo a autora, a noção de rede social no campo 8 científico foi utilizada pela primeira vez como parte do trabalho do matemático Leonard Euler. As redes sociais não são, assim, um conceito novo. Contudo, o advento da comunicação mediada por computadores, além de permitir que indivíduos pudessem comunicar entre si, amplificou a capacidade de conexão, criando-se as redes sociais mediadas por computadores. O sociólogo Manuel Castells (1999, p.32) também admite a já longa existência das redes sociais complexas e ressalta que, com os recentes avanços tecnológicos – em especial, os novos meios –, elas destacaram-se como forma dominante de organização social. Segundo Castells, as pessoas organizam-se cada vez mais, não só em redes sociais como em redes sociais ligadas por computador. Apesar de ser um conceito multidisciplinar, Recuero conclui que “estudar redes sociais é, portanto, estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço”. Segundo Danah Boyd

e Nicole Ellison (2007, p.55), os sites de redes sociais (SRS) são sistemas que permitem: a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; a interação pelos comentários publicados; e a exposição pública da rede social de cada ator/usuário em sua lista de amigos. Deste modo, os autores nos fornecem um conceito complementar ao de Recuero.

O Facebook, lançado em 2004, é um sistema criado por Mark Zuckerberg. Raquel Recuero define este Site de Redes Sociais (SRS) como um portal que funciona através de perfis e comunidades. (...) O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. (RECUERO, 2011, p.54) Em 2018, o Facebook atingiu a marca de 127 milhões de usuários mensais no Brasil 3 . Desses, 90% usa a rede social a partir de dispositivos móveis (smartphones, tablets etc). Em seu site oficial, a rede mantém a informação de que, somente no Brasil, em 2016, haviam 111 milhões. Em dois, desse modo, isso representa um aumento de 14% no número de usuários. No mundo todo, o Facebook possui 2,2 bilhões de usuários.

3. Teoria

As novas tecnologias da cibercultura (Lemos, 2003, p.4) estão cada vez mais integradas às cidades, principalmente aquelas relacionadas à comunicação e à informação. Elas alteram o modo como se toma o espaço. Essa cidade interconectada, formada pelas diversas redes que foram se constituindo durante a história é a cibercidade, sob a ótica de André Lemos. O pesquisador da Universidade Federal da Bahia defende que não se trata da emergência de uma nova cidade, ou da destruição das velhas formas urbanas, mas de reconhecer a instauração de uma nova dinâmica de reconfiguração, que faz com que o espaço e as práticas sociais das cidades sejam reconfigurados com a emergência das novas tecnologias de comunicações e das redes telemáticas (Lemos, 2003, p.7).

Nesse sentido, pode-se notar um deslocamento na lógica da dinâmica da sociedade, que passa a valorizar e potencializar o fluxo de informações, ou o que o sociólogo Manuel Castells chama de “espaço de fluxo”. A informação torna-se recurso indispensável para o funcionamento dos espaços urbanos e das relações sociais. Sabendo que não pode se manter à margem dessa transformação, com risco de perder credibilidade e diminuir sua autoridade, os governos se articulam às novas tecnologias da comunicação e da informação. O produto disso é a reengenharia das suas formas de atuar, que estão trabalhando no intuito de diminuir custos com os serviços prestados aos cidadãos e o aumento da sua legitimidade democrática.

Uma das formas já utilizadas pelos governos é a elaboração de portais na Internet que agregam informações, serviços e permitem a aproximação do cidadão às atividades públicas dos seus representantes. Sabe-se que essa iniciativa é apenas uma dentre as diversas mudanças possibilitadas pelas novas tecnologias, mas já representa um passo substancial na reforma do governo. Afinal, esse portal pode auxiliar na regeneração do espaço público, otimizar os serviços prestados ao cidadão, aumentar a transparência das atividades públicas, servir como uma central de informações 24 horas da cidade, viabilizar o contato com os representantes públicos e promover a interação e discussão de problemas locais. No entanto, em várias experiências ao redor do mundo, essas potencialidades ainda estão muito aquém da sua realização plena, funcionando meramente como mural virtual (SOARES, p.15, 2018). A comunicação no meio digital não se restringe à mera existência de um sítio na internet ou ao uso do correio eletrônico, ela engloba o planejamento de estratégias mais abrangentes para o uso da web, a fim de estabelecer os canais de comunicação e as respectivas ferramentas para que a empresa fale da melhor maneira com seus diferentes públicos, tanto com o intuito de iniciar o relacionamento com seus stakeholders, quanto de fortalecer os laços e o diálogo com eles (RIBEIRO, 2014).

Inicialmente, essas mudanças poderiam ser interpretadas como uma chance de enfraquecimento do processo de comunicação tradicional das organizações, antes mediado pela imprensa, “em um segundo momento, porém, não há mais só o

ambiente tradicional; estamos presenciando a ambiência digital em seu processo contínuo de desenvolvimento como mais um espaço estratégico de comunicação das organizações" (BARICHELLO, LASTA, 2010, p. 4). As estratégias de comunicação digital devem se direcionar para o planejamento, elaboração de objetivos e metas, compreensão dos públicos, monitoramento e avaliação de ações, que possibilitem perceber se os objetivos gerais determinados pela organização estão sendo alcançados.

Vê-se, hoje, que as formas como as organizações se relacionam com seus públicos geram impactos na própria busca pelo posicionamento e sustentabilidade organizacional, e o uso de ferramentas e redes sociais digitais possibilitam estreitar relacionamentos e propõem uma nova forma desse posicionamento estratégico. O fazer comunicacional, portanto, deve permitir experiências que podem, em determinados momentos, ultrapassar aspectos meramente comerciais e criar uma cultura da participação, especialmente através das mídias e redes sociais (FALCO, 2017).

Com a internet, na esfera da comunicação pública, é possível "proporcionar um meio de interação através do qual o público e os políticos podem trocar informações, consultar e debater, de maneira direta, contextualizada, rápida e sem obstáculos democráticos" (MAIA, 2002, p.17).

A utilização das mídias sociais é uma forma de dilatar os canais de comunicação utilizados pelos órgãos públicos, pois, para o Estado, representa uma plataforma de interação com a sociedade, tanto para divulgação de informações públicas e controle social dos atos administrativos, quanto para o monitoramento do conteúdo resultante dessa interação (SANTOS, 2016, p.41).

A efetivação dos serviços propiciados pelo Poder Público pode ser facilitada pela utilização de portais eletrônicos e sites de redes sociais. No que tange a esse segundo instrumento, por ser um tema novo neste âmbito de boas práticas de gestão e transparência, devemos em primeiro lugar, questionar se é possível que os Sites de Redes Sociais podem ser considerados uma ferramenta de accountability. Coleman (2005, p.191) inclina-se positivamente a essa questão uma vez que concebe a accountability digital "como um processo interativo e possível através dos

meios digitais de comunicação". John Bertot segue a mesma tendência quando sugere que as TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) oferecem novos caminhos, fornecendo amplo acesso a conteúdos e interações, gerados a partir da interação social dos usuários nas mídias sociais.

E o potencial dessa nova tecnologia não se esgota aí, na opinião dos autores. Para eles, as mídias sociais têm quatro grandes vantagens potenciais: colaboração, participação, capacitação e tempo. São colaborativas e participativas, por sua própria natureza, já que são definidas pela interação social. Elas fornecem aos usuários a capacidade de se conectar e formar comunidades para socializar, compartilhar informações, ou alcançar um objetivo ou interesse comum. As mídias sociais podem capacitar os seus usuários, pois oferecem uma plataforma de discussão. Elas permitem que qualquer pessoa com acesso à Internet publique ou difunda informações a um baixo custo ou até gratuitamente, democratizando efetivamente a mídia. Em termos de tempo, as permitem que os usuários publiquem informações em tempo quase real, de acordo com Bertot. O sucesso das iniciativas políticas, como a accountability, assentes nas TICs dependerá, segundo o autor de fatores como: implantação, educação, aceitação entre os cidadãos e cultura, entre outros. Por outro lado, os autores confiam no caráter transformador das mídias sociais através da combinação de vontade política e tecnologia. Ainda, em Coleman (2005, p.43), por sua vez, defende que as mídias digitais têm potencial para funcionar como dispositivos com efeito de radar, precisamente porque são interativas, diminuindo a importância da velha dicotomia emissor-receptor/produtorconsumidor. Na prática, em pesquisa realizada pela Universidade de São Paulo (USP) e pelo IBOPE, desenvolvida em 2014, revelou um aumento na utilização da Internet e das mídias sociais (em que os SRS se enquadram) para a atividade política. A pesquisa revelou que, 35% dos jovens brasileiros disseram que se tornaram mais envolvidos politicamente a partir de informações em seus feeds de notícias. Os números fazem parte da pesquisa "Juventude Conectada"[7] , aborda também o comportamento dos entrevistados em relações a diversos outros tipos de mobilização, além de educação e empreendedorismo. Ainda, outros 47% se

[7] O texto completo da pesquisa disponível em : http://fundacaotelefonica.org.br/projetos/juventude-conectada/. Acesso em: 21 de fevereiro de 2019

declararam imparciais e 18%, distantes do ativismo virtual. Embora ainda considerem cedo para medir o impacto das TICs nas iniciativas políticas, os autores defendem que há indicações de que podem promover a transparência e ajudar a combater corrupção por cumprirem as seguintes tarefas:

a) fornecer informações sobre as regras do governo e os direitos dos cidadãos;

b) fornecer informações sobre as decisões e ações do governo;

c) promover o monitoramento das ações e gastos do governo;

d) divulgar informações sobre o desempenho do governo;

e) abrir processos governamentais, como registros de terra, os pedidos de certificados e status de pagamentos de impostos;

f) identificar os funcionários eleitos e funcionários públicos sob investigação por corrupção e atividades fraudulentas; e

g) divulgar ativos e investimentos de funcionários eleitos e funcionários públicos (BERTOT, 2010, p.266)

4. Caso do Centro de Operações Rio

Inaugurado no dia 31 de dezembro de 2010, o Centro de Operações Rio é uma espécie de quartel-general da prefeitura, que integra cerca de 30 órgãos (secretarias municipais, estaduais e concessionárias de serviços públicos) com o objetivo de monitorar e otimizar o funcionamento da cidade no dia a dia e, em especial, em grandes eventos. Além de acompanhar de perto a rotina do município do Rio de Janeiro durante 24 horas por dia, sete dias por semana, o COR busca antecipar soluções e minimizar o impacto de ocorrências, alertando os setores responsáveis sobre os riscos e as medidas urgentes que devem ser tomadas em casos de emergências como chuvas fortes, deslizamentos e acidentes de trânsito.

Localizado na Cidade Nova, região central da capital fluminense, o Centro de Operações usa alta tecnologia para gerenciamento da informação e imagens de cerca de 596 câmeras próprias, além de outras 400 de concessionárias de serviços públicos e da Secretaria de Estados de Segurança. Os dados de vários sistemas do

município são interconectados para visualização, monitoramento e análise em um telão de 65 metros quadrados. A informação trabalhada de maneira inteligente permite que a Prefeitura do Rio atue em tempo real para responder rápido às emergências.

O Centro de Operações Rio conta com tecnologia de ponta. Da Sala de Controle, coração do projeto, em média 50 controladores (por turno) de órgãos municipais, estaduais e concessionárias monitoram a cidade em tempo integral com apoio de um telão capaz de reproduzir qualquer matriz de informação. Esse videowall é composto por 104 monitores; 100 de 46 polegadas e quatro de 75 polegadas. Todos de LED Full HD. Em alta resolução, o equipamento exibe imagens captadas por câmeras cabeadas diretamente na rede do prédio.

Figura 1- Imagens da Sala de Controle do Centro de Operações Rio.

Fonte: George Soares

Implementado na inauguração do COR, o Geoportal é uma das principais ferramentas de monitoramento da cidade. Com mais de 150 camadas de informação georreferenciadas, o software de gestão operacional permite uma visão integrada e única dos dados fornecidos pelos principais órgãos envolvidos na rotina do município. Com o Geoportal, o Centro de Operações Rio acompanha e agrega informações de transporte, trânsito, meteorologia, índice pluviométrico, localização de escolas e hospitais e ocorrências que podem impactar na rotina do cidadão em um mapa inteligente. Desta maneira, pode-se planejar e executar ações para minimizar o impacto de eventos programados ou inesperados no cotidiano dos cidadãos. Os controladores conseguem visualizar de forma integrada, contatando e interagindo imediatamente com os agentes envolvidos.

Uma parceria entre o Centro de Operações Rio e o Waze, aplicativo de trânsito mais usado no mundo, permite ao COR receber - em tempo real – as informações dos usuários do app espalhados pela cidade. Os alertas sobre acidentes, condições de trânsito e veículos enguiçados reportados pela comunidade Waze também aparecem georreferenciados em um mapa na sala de situação. Esses informes, que chegam direto do cidadão, possibilitam o acionamento de ativos

e recursos públicos para atuação direta na solução de problemas que impactam na rotina da população. Por mês, o Geoportal recebe mais de 1,5 milhão de reportes dos usuários do Waze. Esse compartilhamento de dados e a troca sistêmica de informações com a sociedade começou há dois anos, durante os preparativos da Jornada Mundial da Juventude (JMJ), em 2013. Desde então, os mapas do aplicativo são atualizados constantemente e mostram aos usuários as principais interdições que ocorrem no Rio de Janeiro.

A credibilidade e a utilidade das informações repassadas pelo Centro de Operações Rio no twitter foram reconhecidas pela rede de microblogs. Em dezembro de 2013, a empresa disponibilizou ao @operacoesrio o "Twitter Alert", uma funcionalidade que permite, em momentos de crise, enviar automaticamente mensagens de alerta, via SMS, para equipamentos móveis de seguidores cadastrados. O post especial é usado para avisar sobre possíveis situações de crise ou em comunicações de emergência. Com as informações, os seguidores podem se prevenir e adotar medidas de segurança necessárias para cada evento específico. Em dois anos e meio, o Centro de Operações Rio disparou mais de 140 mensagens de alerta. O COR foi o primeiro órgão público da América Latina a receber este recurso, antes disponível apenas nos Estados Unidos, Japão, Coreia e Reino Unido.

FIGURA 2- Imagem do Twitter Alert. Quando há uma crise, o COR dispara uma mensagem de emergência pelo Twitter.

FONTE: CO-Rio

Um dos dados mais importantes recebidos pelo Centro vem do radar meteorológico, adquirido pela prefeitura em 2010 e instalado no Morro do Sumaré. O equipamento, que tem alcance operacional de 250 quilômetros, auxilia no monitoramento das chuvas, possibilitando prever não só o volume da precipitação, mas também quais bairros da cidade serão atingidos.

Por meio das ferramentas meteorológicas e da presença de meteorologistas 24 horas no local, é possível antever a ocorrência de chuvas que possam impactar a vida do cidadão carioca e realizar o trabalho de prevenção. O órgão é constituído de ambientes especiais para tomadas de decisão. Um deles é a Sala de Crise, criada para reuniões especiais. Esse ambiente oferece tecnologia de última geração em um ambiente de imersão e sistema de telepresença para tomada de decisões em situações de emergência. A solução permite reuniões virtuais com funcionalidades avançadas de áudio e vídeo. Isso garante o diálogo entre todos os participantes como se estivessem no mesmo local, dando ainda mais agilidade ao gerenciamento de crise. Em parceria com a Cisco, foram instaladas três salas neste formato: no Centro de Operações, na residência oficial do prefeito, na Gávea Pequena, e no prédio da Defesa Civil.

O COR gerencia uma agência de informações sobre as operações da cidade que é atualizada 24 horas por dia, nas redes sociais (principalmente, o Twitter e o Facebook) e no website do centro operacional. O objetivo principal é informar aos cidadãos sobre as operações da cidade e seus problemas, além de mobilizar a população em situações emergenciais, com orientações de segurança. Informações sobre o município, como previsão meteorológica, situação de tráfego e transportes, intervenções previstas e seus impactos, são comunicadas para aproximadamente um milhão de perfis nas redes sociais. Em situações de emergência, com o uso dos mecanismos de compartilhamento de conteúdo na internet, as mensagens do COR podem chegar a mais de três milhões de perfis em redes sociais, impulsionados pelas transmissões de vídeos ao vivo pela internet, produzidas de dentro da Sala de Controle do COR.

As principais empresas jornalísticas da cidade possuem assento dentro do COR, na Sala de Imprensa. A partir deste ambiente de trabalho, os jornalistas tem

acesso aos recursos de monitoramento da cidade e às informações comunicadas pelo COR, para que possam retransmiti-las em seus noticiários em rádios, TVs, websites e impressos. Somando as audiências dos meios de comunicação conectados ao COR, com os perfis que acompanham as informações publicadas nas redes sociais do centro operacional carioca, a Prefeitura do Rio amplia sua capacidade de mobilização dos cidadãos durante situações de emergência e outros problemas que impactam na operação da cidade.

4.1. As redes sociais do COR

Com um clique, é possível falar com toda a população da cidade do Rio de Janeiro. As redes sociais do Centro de Operações Rio geram um grande alcance na população carioca, sobretudo, em dias de fortes chuvas ou quando a cidade sofre com algum evento, seja ele inesperado, como pode ser o caso de um acidente grave, ou esperado, quando abordamos eventos como a Copa do Mundo, Olimpíadas, Carnaval e Réveillon.

Em 2018, o Twitter do Centro de Operações Rio teve pouco mais de 585 mil seguidores. Em média, de acordo com a Assessoria de Comunicação do órgão, há um crescimento entre 9 a 10 mil seguidores por mês. No entanto, em julho de 2018, houve uma verificação da rede (Twitter) nos perfis, o que nos rendeu uma queda de cerca de 7mil seguidores. Assim, média no 2º semestre passou a ser de 4.500 novos seguidores/mês. Em relação ao facebook, após mudanças no algorítimo da rede, a instituição teve uma queda relevante no número de curtidas da página. Ao longo do ano, destacamos apenas o mês de fevereiro,quando a cidade entrou em Estágio de Crise, por causa da chuva. No mês em questão houve mais de 20mil curtidas na página. Nos demais meses, a média foi de 2.500 novos likes.

Figura 3- Uma única postagem para informar a temperatura média da cidade atingiu mais de um milhão de pessoas

Fonte: Facebook Centro de Operações Rio

As redes sociais do COR vão de encontro à boa prática da produção de conteúdo. Enquanto perfis privados de empresas e marcas, têm um calendário editorial fixo, os perfis da instituição produzem conteúdo a medida em que a cidade produz notícia. Em um dia normal (sem grandes problemas, acidentes ou outros eventos), o COR fazer cerca de 150 posts (face e twitter). Em dias de crise, o número de posts pode aumentar mais de 50% em relação ao dia normal, ou seja, pode chegar a cerca de 250 posts.

O Centro de Operações Rio aposta na mesclagem entre informação oficial alinhada ao discurso que as redes sociais produzem. Como incorpora informações que vão desde trânsito e tempo a eventos da cidade, seu leque de possibilidade é grande. É importante frisar que a instituição não patrocina postagens. Todo o alcance e visibilidade que eles obtém é somente orgânica.

FIGURA 4 - Três tipos de abordagens diferentes pelo COR. Usando fato cotidiano (imagem acima), utilizando uma mesclagem de fato cotidiano para gerar meme (imagem do meio) e utilizando meme propriamente dito (imagem superior).

FONTE: Facebook e Instagram Centro Operações Rio

5. Conclusão

Percebemos nesse ensaio que, cada vez mais, os órgãos e instituições públicas constróem um mindset voltado para o digital. Isso, pois, além de gerar uma economia significativa ao oferecer seus serviços de modo eletrônico e não mais físico, por conta das redes sociais, conseguem gerar uma maior empatia com a sociedade. Vimos, ainda, que esse é um processo que, apesar em franca expansão, ainda engatinha quando o que se refere é o poder público.

Através da base teórica feita por Lemos, conseguimos dar um passo mais fundo para o entendimento de como acontece a relação entre a cidade (urbis) e as

relações com a tecnologia. Apesar de o autor reforçar que a relação das cidades com redes técnicas não ser um fato novo, Lemos reforça que a meta dos projetos de cibercidades não seria substituir o espaço urbano, mas insistir em formas de fluxos comunicacionais e de transporte através da ação à distância (característica das redes telemáticas) e da ação local, no espaço local.

Verificamos, ainda, que o caso do Centro de Operações Rio é um dos bons exemplos de como as instituições públicas podem utilizar as redes sociais de modo a saírem de um modelo quase que unilateral de prestação de informações. Além de informar sobre determinado aspecto da cidade do Rio de Janeiro, eles promovem um maior engajamento e trazem o usuário para a página, dando voz a eles e estimulando o exercício da cidadania. O que pudemos perceber com esse levantamento é um stalkeholder que começa a girar a chave do modelo tradicional de comunicação digital de órgãos públicos. O uso de redes sociais, portanto, consegue ir muito além de um simples mural virtual.

6. Referências

ARNAUT, R. D.; HIPÓLITO, L.;NOGUEIRA, F.; RODRIGUES, B.; UHIEDA, S., et al. (2011). **Era transmídia**. Revista GEMInIS, ano 2, 2, 259-275. Disponível em: http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93/pdf. Acesso em: 10/03/19. 2011.

BARICHELLO, E; LASTA, E. **Comunicação organizacional digital a cauda longa da informação gerada pelo blog corporativo Fatos & Dados da Petrobras**. Lumina: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF.n. 2, v. 4,. Disponível em: <http://professor.ufrgs.br/elisangelalasta/files/comunicacao_organizacional_na_midia_digital_a_cauda_longa_da_informacao_gerada_apos_o_lanca mento_do_blog_> Acesso em: 04/03/2019. 2010.

BOARIA, F.; DOS ANJOS, S.. **A aplicação do e-marketing nas redes hoteleiras do Brasil.** Tourism & Management Studies.2014

BRAGA, L.. **O papel do governo eletrônico no fortalecimento da governança do setor público**. Revista do Serviço Público, Brasília, DF, ano 59, n.1, p.5-21, jan./mar. 2008.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 3ª ed., São Paulo, Paz e Terra. 1999.

COLEMAN, S. **New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age**. New Media & Society, 7 (2), p. 177-198. 2005.

FALCO, R. Comunicação organizacional digital: **O papel das mídias e redes sociais. In: Congresso LatinoAmericano de Administração e Negócios**. Disponível em: https://conlaan.com.br/artigo_nome/276_08052017_94.pdf. Acesso em: 27/02/19. 2019.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media**. Business Horizons, 53, 59-68. 2010

KES-ERKUL, A.; ERKUL, R. **Web 2.0 in the Process of e-participation: The Case of Organizing for America and the Obama Administration**. National Center for Digital Government Working Paper Series, 9(1), 1-19. Disponível em: http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=ncdg. Acesso em: 9/3/19. 2009

LEMOS, A. **Cibercultura. tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre, Sulina. 2002.

LEMOS, A. **Cibercidades. Um modelo de Inteligência Coletiva**. Acessado em: 14/03/2019. disponível em: <http://www.icoletiva.com.br/secao.asp?tipo=artigos&id>.2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34. 1999.

MAIA, A; VIANA, A. **Comunicação organizacional no espaço digital: o papel das Relações Públicas**. Temática (João Pessoa. Online), v. 11, p. 125-137. Disponível em: http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/26519/14218 . Acesso em: 04/03/2019. 2017.

MARTELETO, R.. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. UFPR. Acessado em 04/03/19, de http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000009339&dd1=9e855. 2010.

RAUPP, F.; PINHO, J. **Construindo a accountability nos portais de câmaras municipais de Santa Catarina**. Cadernos EBAPE. Rio de Janeiro. V.1. P. 117-139. Mar. 2011.

RECUERO, R.. **As Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RUEDIGER, M.. **Governo eletrônico e democracia: uma análise preliminar dos impactos e potencialidades na gestão pública**. Organização & Sociedade, Salvador, v.9 n.25, p.29-43, set./dez. 2002.

SANTOS, J.. **Informação e democracia digital: possibilidades de participação nos websites dos deputados da Assembleia Legislativa do Estado da Bahia**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE PODER LOCAL, XI, 2009, Salvador. Anais... Salvador: Ciags/UFBA, 2009.

SOARES, G. **Para além do mural virtual: accountability eletrônico nas Câmaras Municipais da Região Metropolitana do Rio de Janeiro.** In: NÚCLEO DE ESTUDOS DAS AMÉRICAS, Rio de Janeiro: Uerj. 2018

STORCH, S. **As redes sociais já fazem parte de nosso jeito de pensar**. 2007. Disponível em: <Disponível em: http://bit.ly/2n7c5UL >. Acesso em: 3 mar. 2019

VAZ, J. **Limites e possibilidades do uso de portais municipais para promoção da cidadania: a construção de um modelo de análise e avaliação**. Tese (Doutorado em Administração) – Curso de Doutorado em Administração de Empresas da Eaesp, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2003.