

A comunicação do Ministério da Educação nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*: uma análise do mês de novembro de 2015¹.

Cadiani Lanes Garcez²

Gilnei Luiz de Moura³

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar como o Ministério da Educação (MEC) se comunica nas suas redes sociais, *Facebook* e *Twitter* com seu público e se esta comunicação configura em comunicação pública, para isto usam-se os conceitos de organização, rede sociais na internet, comunicação pública. A metodologia utilizada foi qualitativa e reuniu a teoria fundamentada (TF), que deixa o pesquisador livre com seus dados e a pesquisa nas redes sociais. Ao final, conclui-se que a comunicação do MEC vem se esforçando para se aproximar do público, com uma linguagem mais jovem, mas ainda não é possível responder efetivamente a todos, assim a comunicação pública ainda não existe nas redes sociais do MEC.

Palavras-chave: comunicação pública, organizações, redes sociais, MEC.

1 Introdução

As redes sociais sempre estiveram presentes na sociedade. Tudo aquilo que envolve a troca de experiências entre as pessoas são redes sociais desde uma simples roda de conversa, existente desde os primórdios até as redes sociais digitais ou na internet, onde as pessoas conversam online. Para Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 (apud RECUERO, 2006, p. 24) “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. E a comunicação é essencial para esse processo.

Comunicação vem de comunicar, que por sua vez vem do latim *communicare*, que significa tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, associar, conferenciar, segundo Pinheiro (2005). A ação de comunicar implica em trocar mensagens, que por sua vez envolve emissão e recebimento de informações. Pinheiro, diz ainda que comunicação é a provocação de

¹ Artigo apresentado como pré-requisito para obtenção do título de especialista em Gestão Pública da Universidade Federal de Santa Maria

² Acadêmica do Programa de Pós Graduação Lato Sensu em Gestão Pública da Universidade Federal de Santa Maria

³ Professor orientador do Programa de Pós Graduação Lato Sensu em Gestão Pública da Universidade Federal de Santa Maria

significados comuns entre comunicador e intérprete utilizando signos e símbolos.

Segundo Santaella (2001, p. 20 apud PINHEIRO, 2005, p. 10), um critério adicional para se definir comunicação é o de intencionalidade. A autora define intenção como “atividade direcionada a um objetivo, envolvendo, portanto, a validação”. O emissor tenta através da mensagem comunicada influenciar o destinatário, sendo a reação do destinatário já esperada pelo emissor, em um mundo de hipóteses criado por ele anteriormente.

A comunicação tem muitas faces, a que vai nos interessar efetivamente nesse trabalho é a comunicação pública, mas antes de chegarmos nela, vamos expor alguns conceitos ou tipos, Kunsch (2003) fala em um composto de comunicação, a comunicação integrada, que seria a comunicação organizacional ideal. A comunicação integrada se dividiria em comunicação interna, mercadológica e institucional. A comunicação interna é um instrumento estratégico para compatibilização de interesses dos colaboradores e da empresa, por meio do diálogo e da troca de informações. Enquanto a comunicação mercadológica é responsável pela comunicação que busca divulgar a empresa e seus produtos. Já a comunicação institucional é quem constrói e forma a imagem e identidade da organização.

Brandão fala da comunicação científica que objetiva criar canais de integração da ciência com a vida das pessoas. Já Duarte⁴, expõe a comunicação governamental é aquela que diz respeito aos fluxos de informação e que estão relacionados aos gestores e a ação do Estado e a sociedade. O mesmo Duarte fala da comunicação política que trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública. Duarte destaca ainda a comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados a temas de interesse coletivo. Chega-se aqui ao ponto que interessa nesse trabalho. Será que o MEC, através de suas redes sociais na internet está conseguindo desenvolver comunicação pública com seu público?

⁴ Disponível em < <http://jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>> acessado em 21 de fevereiro de 2016.

O estudo se desenvolveu com base na Teoria Fundamentada (TF), onde o pesquisador vai a campo com mínimo de conceitos possíveis. Partindo apenas de um objetivo: analisar como o Ministério da Educação (MEC) se comunica nas suas redes sociais, *Facebook* e *Twitter* com seu público e se esta comunicação configura em comunicação pública. Foi-se a campo, no caso, às redes para pesquisar isso, deixando-se livre os dados para entender se sim ou não. Percebe-se que o uso das redes traz inúmeros benefícios ao MEC, pois o aproxima de seu maior público, atualmente, os jovens, que estão em grande número presentes nas redes sociais na internet. Mas nem sempre é possível para a equipe do MEC, como pode-se perceber pela *timeline* do *Facebook* responder a todos os comentários dos outros usuários, o que pode causar algum desconforto, já que alguns comentários são respondidos e outros não.

2 Revisão de Literatura

A revisão literária buscou conceitos de organizações, comunicação pública e redes sociais na internet. O conceito de organizações para descrever a complexidade das atividades desenvolvidas pelo Ministério da Educação, de comunicação pública, para mostrar como o próprio conceito é amplo e ainda é discutido pelos pesquisadores no Brasil e o conceito de redes sociais na internet para, finalmente podermos chegar a análise das redes sociais do MEC.

2.1 Organizações

Kunsch (2003) fala das organizações, que sempre que se busca conceituá-la, dois aspectos são amplamente discutidos, um no sentido de “organizar” como função administrativa, e, o outro do termo “organização” no sentido de “um agrupamento planejado de pessoas que desempenham funções e trabalham conjuntamente para atingir objetivos comuns”. (KUNSCH, 2003, p. 23).

Para Mattos (1978 apud KUNSCH 2003) etimologicamente, o termo organização procede do grego *organon*, que significa ‘órgão’. Dessa forma, percebe-se que se sua função essencial é preocupar-se com os órgãos. Mattos

pensa que “organização significa estudar órgãos e sobre eles agir, isto é, sobre as empresas, instituições e os empreendimentos humanos, com o fim de torná-los mais eficazes e eficientes” (KUNSCH, 2003, p. 24).

Kunsch (2003, p. 25 - 26) usa ainda a definição de Max Weber para organização, para ele organização

“é um sistema de atividade contínua e intencional de um tipo específico. Uma organização dotada de personalidade jurídica é uma relação social associativa caracterizada por um quadro administrativo que se dedica a essa atividade contínua e intencional”(WEBER, 1982a, p. 291)

Partindo dessas definições de organização pode-se chegar na organização que se estudará, o Ministério da Educação (MEC). A história do MEC, como é conhecido hoje, começa em 1930, quando foi criado o Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública, no governo de Getúlio Vargas. Como é possível perceber pelo nome, a Educação não era a única área tratada pelo ministério, que também desenvolvia atividades pertinentes à saúde, ao esporte e ao meio ambiente⁵.

O Ministério da Educação, órgão da administração federal direta, tem como área de competência a política nacional de educação; a educação infantil; a educação em geral, compreendendo ensino fundamental, ensino médio, educação superior, educação de jovens e adultos, educação profissional e tecnológica, educação especial e educação a distância, exceto ensino militar; a avaliação, a informação e a pesquisa educacionais; a pesquisa e a extensão universitárias; o magistério e a assistência financeira a famílias carentes para a escolarização de seus filhos ou dependentes.

2.2 Comunicação pública

O estudo da comunicação pública é recente no Brasil e no mundo. O seu conceito é usado de diversas formas dependendo do país e do autor, conforme Brandão⁶. Partindo desse texto exemplificaremos as várias formas como a comunicação pública é reconhecida e dentre esses conceitos, escolheremos o

⁵ Dados disponíveis no *website* do Ministério da Educação (MEC) < <http://portal.mec.gov.br/institucional/historia> > consultado em 19 de fevereiro de 2016.

⁶ BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2ª edição – São Paulo: Atlas, 2009.

que melhor se adapta ao nosso estudo. A comunicação pública pode ser identificada como: comunicação organizacional, comunicação científica, comunicação do Estado e/ou governamental, comunicação política e ainda identificada com estratégias da comunicação da sociedade civil organizada.

Brandão fala da comunicação pública identificada com a comunicação organizacional, aquela que analisa a comunicação no interior das organizações e com os seus públicos. Sua característica principal é “tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos e construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, seja elas públicas e/ou privadas” (BRANDÃO, 2009, p. 1). Nesse contexto, a comunicação pública tem como objetivo principal o mercado, interagindo com os públicos das organizações a fim de vender alguma coisa, seja um produto ou sua própria imagem.

A comunicação científica, segundo Brandão engloba uma variada gama de atividades, que tem como objetivo criar canais de integração da ciência com a vida das pessoas. Dessa forma, pelo menos dois fatores fazem com que identifiquemos a comunicação pública com a comunicação científica, o primeiro dele está relacionado à comunicação científica se expandir através de uma tradicional área da Ciência da Informação, a divulgação científica. Brandão destaca que se trata de uma comunicação construída e mantida pelo Estado, que visa o desenvolvimento do país e de sua população. O segundo fator a aproximar a comunicação pública da comunicação científica são preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência, fazendo com que a ciência se aproxime de um público mais amplo.

A comunicação do Estado e/ou governamental pode ser vista como a dimensão da comunicação pública, que crê ser do governo ou do Estado a responsabilidade de manter comunicação com seus cidadãos. Brandão (2009, p. 5) destaca que “nesta acepção, dever-se-ia compreender comunicação pública como um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania”. As instâncias são entendidas como os órgãos governamentais, o terceiro setor, conselhos, agências reguladoras e empresas privadas, que trabalham com serviços públicos. Nesse sentido a comunicação governamental é um instrumento de construção da agenda pública e uma forma de direcionar o trabalho para um

prestação de contas (podemos falar da publicização que deve ter o setor público de suas ações) além de estimular o engajamento do cidadão nas políticas apresentadas e promover o debate público. Em geral utiliza mídias de massa, mas hoje vem buscando espaços alternativos de discussão, como o uso de redes sociais digitais.

Segundo Brandão, a comunicação política pode ser entendida sob dois ângulos: comunicação usada através de seus instrumentos e técnicas para a demonstração pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, pode ser de governos ou de partidos; o outro são as disputas duradouras entre os donos dos veículos de comunicação e das tecnologias e o direito da sociedade de poder intervir nos conteúdos e acessos a esses meios. “Este é o sentido mais conhecido da expressão comunicação pública, advinda de uma tradição de estudos que analisa a questão da comunicação contraposta ao interesse público e o seu lugar de direito no espaço público” (BRANDÃO, 2009, p. 6).

A comunicação pública pode ser ainda identificada com estratégias da comunicação da sociedade civil organizada ou o que podemos chamar também de comunicação comunitária e/ou alternativa. A comunicação pública, para Brandão (2009, p. 7) aqui “trata-se de práticas e formas de comunicação desenvolvida pelas comunidades e pelos membros do terceiro setor e movimentos sociais ou populares”.

Neste trabalho usa-se a comunicação pública, como a comunicação que possui interesse público, pois vamos analisar as redes sociais, *Facebook* e *Twitter*, do Ministério da Educação (MEC) durante o período de um mês. Procuraremos ver se o que o MEC posta possui interesse público ou é apenas uma forma de publicizar as ações do Ministério.

2.3 Redes sociais na internet

Para Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 (apud RECUERO, 2011, p. 24) “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. Dessa forma, podemos definir como rede social qualquer interação que envolva uma troca social desde uma roda de conversa até as redes sociais na internet. Os atores, quando trabalhados

nas redes sociais na internet são constituídos de maneira diferenciada, segundo Recuero (2011), isso se deve ao distanciamento entre os envolvidos na interação social. O ator é representado pelo seu perfil na rede social. Para Recuero (2011), enquanto os atores representam os nós da rede em questão, as conexões de uma rede social podem ser entendidas de várias formas. As conexões são os laços sociais, que por sua vez, segundo Recuero (2011) são formados pelas interações sociais entre os atores.

Para explicar a interação, Parsons e Shill (1975 apud RECUERO, 2011, p. 31) dizem que como tipo ideal a interação, “implicaria uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos e compreende também as intenções e atuações de cada um”. Interações são parte das percepções dos atores, influenciadas por suas motivações particulares.

As redes sociais na internet, segundo Recuero (2011), podem ser classificadas como centralizada, um só nó centraliza a maior parte das conexões, tem o formato de estrela; descentralizada, é aquela que possui vários centros, é mantida conectada por um grupo pequeno de nós que conecta vários outros grupos; e distribuída, é aquela onde todos os nós possuem mais ou menos a mesma quantidade de conexões. Recuero (2011), nos mostra ainda uma outra classificação das redes sociais na internet:

- redes igualitárias são redes “mais harmônicas e sem conglomerados, pois não há nós que possuam uma quantidade maior de conexões. O grau de conexão de cada nó da rede, neste caso, é bastante semelhante” (RECUERO, 2011, p. 60);
- redes mundos pequenos, quando observadas as redes sociais como interdependentes umas das outras, é plausível perceber que todas as pessoas estariam interligadas umas às outras em algum nível. Recuero cita o exemplo do sociólogo Stanley Milgram que fez um experimento pedindo que as pessoas fizessem com que as cartas chegassem a uma pessoa específica, senão conhecesse essa pessoa, deveria enviar para outra que achava estar mais próxima até que a correspondência chegasse ao destinatário. Ao final, descobriu-se que para chegar ao destinatário final a carta passou por um pequeno grupo, por isso redes mundos pequenos;

- redes sem escalas, Recuero diz que quanto mais nós uma rede tem maior é a tendência de ela adquirir nós novos, de criar novas conexões.

A abordagem centrada na rede ego (ou rede pessoal) é aquela que parte de um nó determinado e, a partir das conexões deste, em um determinado grau de separação, a rede é traçada. É, assim, um conjunto de nós definidos a partir de um ator central (RECUERO, 2011, p. 70). A rede inteira constitui-se numa abordagem centrada em uma rede e suas relações, enquanto a ego é centrada em um indivíduo e suas relações. Nossa pesquisa se baseou na rede ego, já escolhemos uma rede pessoal, no caso a rede do MEC, no *Facebook* e no *Twitter* e avaliamos suas interações durante um período.

Quanto aos tipos as redes sociais podem ser emergentes ou de filiação. As redes sociais emergentes são expostas a partir de interações entre os atores sociais. “São redes cujas conexões entre os nós emergem através da mediação do computador” (RECUERO, 2011, p. 94). Dizemos que é uma rede emergente porque ela é constantemente construída e reconstruída pelas trocas sociais. Já as redes de filiação ou redes associativas “são aquelas derivadas das conexões “estáticas” entre os atores, ou seja, das interações reativas (PRIMO, 2003) que possuem um impacto na rede social” (RECUERO, 2011, p. 98). São redes cujas conexões são forjadas por mecanismos de associação ou de filiação dos sites de redes sociais, como por exemplo, lista de amigos seguidos no *Twitter*. Essas redes, não pressupõem interação social do tipo mútuo, mas é uma interação reativa com efeito social.

O *Facebook*, uma das redes por nós estudada, se enquadra na categoria de rede emergente, já que ela é constantemente construída e reconstruída através das trocas sociais, que são as postagens feitas na página do MEC, em geral a equipe do MEC posta uma mensagem e em seguida recebe várias mensagens (interações) dos seguidores da página – algumas são perguntas, outras são marcações para que os amigos vejam a postagem, outras são elogios/críticas e várias delas são respondidas pela equipe do MEC, fazendo com que exista o processo comunicacional e não apenas a informação. Enquanto o *Twitter*, como já citado acima se enquadra nas redes de filiação, visto que a interação é reativa e não constante, como pressuposta no *Facebook*.

3 Procedimentos Metodológicos

Para a realização deste trabalho, começamos fazendo o estado da arte, uma pesquisa exploratória com a finalidade de sabermos e entendermos o que está sendo estudado pelos pesquisadores da área. Através do estado da arte, encontramos referências de autores que usamos, além de direcionar o trabalho para que não ficasse idêntico a algum já existente. Após o estado da arte passamos pela fase da pesquisa teórica, onde buscamos aporte nos autores para embasar a nossa pesquisa. Nessa fase lemos livros e artigos, alguns já citados nesse trabalho e outros que acabaram não sendo necessários para a realização da pesquisa.

Optamos por uma pesquisa qualitativa, pois em estudos do campo da comunicação a qualidade é mais importante que a quantidade. Segundo Maanen (1979a apud NEVES) a pesquisa qualitativa compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Traduz e expressa os sentidos do mundo social.

A seleção do *corpus* aconteceu de forma aleatória. O período escolhido compreendeu o mês de novembro de 2015. A escolha foi totalmente aleatória, coincidindo com o início do estudo e facilitando assim a coleta dos dados. Os dados a serem analisados compreendem a *timeline* do *Twitter* do MEC no mês de novembro de 2015 e a página do *Facebook* do MEC no mesmo período, não foi possível abrir todos os comentários da página, pois se tornaria impossível analisar; dessa forma, deixamos apenas os comentários que aparecem diretamente na página quando abrimos o *Facebook*. Para coletar os dados do *Twitter* foi necessário utilizar a pesquisa avançada do mesmo, a qual não permite ver se houve interação nos *tweets*, não sabemos se a equipe do MEC respondeu a alguma pergunta de outro usuário, apenas conseguimos ver os *retweets* e os *likes*. Na página do *Twitter*, precisamos utilizar a busca avançada para podermos encontrar os *tweets* do mês de novembro. O recurso da busca avançada não nos permitiu ver os *replies*, que são as respostas aos *tweets*, sendo possível ver somente os *retweets*, que é quando uma pessoa repassa automaticamente o mesmo *tweet* publicado e os

likes, que são os *tweet* favoritados por outros usuários. Com os dados coletados, através da TF realizamos a sua análise.

A análise se baseou na teoria fundamentada (TF), que deixa o pesquisador livre para analisar os seus dados sem uma teoria pré-determinada, sem hipóteses. Sabemos que não é possível apagar os conhecimentos pré-existentes do pesquisador, mas que esses devem influenciar o mínimo possível a análise dos dados. A TF, segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2013) foi inicialmente proposta por Glaser e Strauss, em 1967.

“Espera-se que o pesquisador vá a campo liberto de suas pré-noções e que deixe que os dados empíricos lhe forneçam as ideias. Ou seja, o campo e sua observação que vão fornecer as hipóteses e auxiliar a delimitar o problema e construir a teorização. Os dados, assim, atuam de modo fundamental no processo.” (p. 84).

Haig (1995 apud FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2013), por exemplo, afirma que a TF é “a mais completa metodologia de pesquisa qualitativa disponível”. Dessa forma, escolhemos a TF como forma de analisar os dados coletados nas páginas do *Facebook* e do *Twitter* do MEC, no mês de novembro de 2015. A coleta dos dados se deu forma manual, acessamos as páginas do *Facebook* e do *Twitter*, por meio de um perfil pessoal. Na página do *Facebook*, fomos ao histórico, ano de 2015, todas as histórias, novembro e encontramos todas as publicações do MEC. Como o número de comentários era muito grande, como será descrito na análise, utilizamos apenas os que apareciam diretamente na página.

4 Análise

O *Facebook*, originalmente *theFacebook*, foi criado pelo norte-americano Marck Zuckerberg, enquanto era aluno de Harvard. No início era necessário ter um *email @harvard.edu*, depois a ideia se expandiu e focou os alunos que estavam saindo do secundário (*High School*, nos Estados Unidos) e aqueles que estavam entrando na universidade, segundo Recuero (2011). Recuero destaca ainda que o *Facebook* foi lançado em 2004 e hoje é um dos sistemas com maior base de usuários do mundo.

Segundo Recuero o foco inicial era criar uma rede de contatos num momento crucial na vida dos jovens, um momento de mudança, como é a

transição do secundário para a universidade nos Estados Unidos, período em que a maioria dos jovens muda de cidade e a nova rede facilitaria as relações para os estudantes. “O *Facebook* funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas, etc.)” (RECUERO, 2011, p. 184). Além dos perfis, o *Facebook* possui também “páginas”, que seriam os perfis de empresas, famosos ou órgãos públicos, como o Ministério da Educação.

Já o *Twitter* é uma rede social na internet um pouco diferente do *Facebook*. É um site denominado de um serviço de microblogging (JAVA et al., 2007; HONEYCUTT & HERRING, 2009 apud RECUERO, 2011). “É construído enquanto microblogging porque permite que sejam escritos pequenos textos de até 140 caracteres a partir da pergunta “O que você está fazendo”” (RECUERO, 2011, p. 186).

No *Twitter* o usuário segue outros usuários e pode ser seguido de volta por eles ou não. Também é possível enviar mensagens em modo privado para outros usuários. Segundo Recuero a ideia do *Twitter* nasceu com Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams em 2006, como um projeto da empresa Odeo. Destaca ainda que uma de suas principais características é permitir que sua API seja utilizada para a construção de ferramentas que utilizem o *Twitter*, o que o tornou extremamente popular. Em sua explanação sobre o *Twitter* Recuero diz ainda que ele é pouco utilizado no Brasil, de acordo com dados do Ibope/Net Ratings.

A partir da TF, vamos falar dos dados encontrados nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Primeiro vamos ao *Facebook*: a página do MEC apresenta 2.099.249 de pessoas que curtiram a página, ou seja, pessoas que recebem atualizações da página na sua *timeline* sem que amigos compartilhem. No mês de novembro de 2015 foram 40 publicações. O assunto dessas publicações é variado e, na maioria das vezes envolve imagens ou vídeos, o que em geral desperta mais interesse nos usuários; entre os assuntos publicados estão dicas de português, cartão de datas comemorativas, como o Dia da Consciência Negra ou o Dia da Música, divulgação da criação da base nacional comum curricular, do Enade, de informações sobre o ENEM, SISU e FIES, divulgação de ações do próprio MEC e de universidades e escolas além de algumas publicações envolvendo poemas.

No mês de novembro de 2015, foram 102.134 curtidas, 4.456 comentários e 72.211 compartilhamentos nas 40 publicações na página do MEC. A publicação mais popular foi no dia 05 de novembro, o Dia Nacional da Língua Portuguesa e trazia uma imagem, que brincava com os erros do corretor automático dos celulares, que nem todos os erros eram culpa dele; a publicação teve 30.572 curtidas, 762 comentários e 27.259 compartilhamentos. A segunda publicação mais popular também foi relacionada a uma data comemorativa o Dia da Música, 22 de novembro, nela um dado interessante o número de compartilhamentos, que foi 19.828 superou o número de curtidas, que foi 18.711, que em geral é maior; já nos 932 comentários os usuários parabenizaram seus amigos músicos e apoiaram o ensino de música nas escolas. A publicação do MEC que teve menor alcance foi do dia 12 de novembro, e era relacionada a “arranjos produtivos locais” e Pronatec, a publicação trazia ainda um vídeo, mas não despertou tanto interesse quanto as demais, foram apenas 162 curtidas, 11 comentários e 25 compartilhamentos.

Percebemos no *Facebook* do MEC, que a equipe que alimenta a rede está buscando uma comunicação mais próxima do público. As publicações possuem imagens e vídeos, muitas possuem links para pesquisas realizadas; os comentários em resposta, muitas vezes, possuem *emoticon*, uma forma muito comum de comunicação entre os usuários das redes sociais na internet, outras respostas encaminham a outros canais de comunicação do MEC. Notamos ainda, que nem sempre é possível responder aos comentários e que diante das críticas, às vezes não há o que responder para não criar uma discussão vazia.

Na página do *Twitter* do MEC, precisamos utilizar a busca avançada para conseguirmos chegar aos dados do mês de novembro de 2015, isso impossibilitou ver os replies que a página recebeu. O *Twitter* do MEC tem 251.000 seguidores, no mês de novembro de 2015 foram 137 *tweets*, 1.882 *retweets* e 2.015 likes. Como já foi dito, anteriormente, um *tweet* pode ter apenas 140 caracteres e uma coisa que chama atenção na página do MEC é que todas as postagens vem acompanhadas de imagens, gif's ou vídeos e muitas delas acompanhadas de links. As postagens do MEC no *Twitter* são um

pouco diferentes do *Facebook*, encontramos assuntos diferentes sendo discutidos no *Twitter*.

No *Twitter* do MEC temos postagens sobre cartinhas de Natal, sobre a quantidade de mulheres nos cursos de computação, além de dicas de português, cartão de datas comemorativas, como o Dia da Consciência Negra ou o Dia da Música, divulgação da criação da base nacional comum curricular, do Enade, de informações sobre o ENEM, SISU e FIES, divulgação de ações do próprio MEC e de universidades e escolas, que são assuntos que se repetiram no *Facebook*.

O *tweet* mais popular do MEC foi “Racismo é crime, deve ser combatido e denunciado. O #LugarDoNegro é em todo lugar. É onde ele quiser.” E era acompanhada de uma imagem de uma mão, o *tweet* teve 335 *retweets* e 218 *likes*. Já a segunda publicação foi sobre o Dia da Consciência Negra e trazia a imagem de uma mulher negra; a publicação teve 117 *retweets* e 103 *likes*. Percebemos aqui uma diferença de engajamento entre os públicos de *Twitter* e *Facebook*, apesar das publicações sobre o Dia Nacional da Língua Portuguesa e Dia da Música estarem presentes no *Twitter*, as publicações que despertaram maior envolvimento dos usuários foram sobre o preconceito e o Dia da Consciência Negra.

Entendemos que a equipe responsável pelas redes sociais do MEC está buscando se aproximar do seu público por meio de publicações mais descontraídas com imagens e vídeos e com uma linguagem informal, que se aproxima mais do público jovem. Quanto à investigação sobre a comunicação pública, percebemos que apesar dos esforços da equipe do MEC ainda não existe, de fato, comunicação pública nas redes sociais do MEC. Para haver, a comunicação deve ser de mão-dupla, ou seja, deve existir troca social e isso nem sempre acontece no *Facebook* do MEC, usuários ficam no vácuo, sem resposta a alguns comentários. No *Twitter* não foi possível analisar isso, já que não conseguimos ver os *replies* da página, onde seria possível analisar essa interação.

5 Considerações Finais

O presente trabalho buscou verificar se havia comunicação pública nas redes sociais do MEC. Utilizamos a TF para analisar os dados do *Facebook* e do *Twitter* do MEC. Ao final, concluímos que apesar se haver uma aproximação com o público ainda não há uma comunicação pública nas redes sociais. Para haver a comunicação pública a equipe do MEC precisaria responder efetivamente seus questionamentos na página o que não acontece com a frequência desejada, provavelmente, seria necessário investir em mais pessoas para a equipe além de treiná-las adequadamente para responder as dúvidas dos outros usuários.

Uma das limitações foi a forma de coletar os dados, que foi propriamente através de um perfil na rede social. No *Twitter*, por exemplo, tivemos que utilizar a busca avançada, o que impossibilitou ver os *replies* da página e, dessa forma, impossibilitou avaliar a comunicação pública no *Twitter*. Outra limitação foi a falta de software que auxiliaria no uso de outras de outras teorias como a cartográfica para a avaliação dos dados e, ainda o tempo curto também limitou o que seria estudado.

Percebemos ainda, que as redes sociais são um vasto campo de estudo. Não foi possível analisar todos os comentários nas postagens do mês, pois o trabalho se tornaria extremamente longo. Dessa forma, analisamos apenas os comentários que apareciam diretamente na *timeline* da página do MEC. Entendemos que o período escolhido poderia ter sido menor, para poder ser melhor detalhado.

Para estudos futuros poderíamos entrar em contato com a equipe de comunicação do MEC, para entender o outro lado, como é feita comunicação e não apenas como é mostrada, também seria possível aliar a TF uma pesquisa cartográfica para mostrar como são as conexões na rede.

Referências

BARDIN, Laurence; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. **Análise de Conteúdo**. 2ª reimp. São Paulo: Edições 70, 2011.

CARDOSO, Johnny. **Comunicação pública**: uma leitura crítica entre o institucional e o mercadológico. 2013. 166f. Dissertação de Mestrado (Comunicação Social). São Bernardo do Campo: Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. 2013.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2ª edição – São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Comunicação Pública**. Disponível em <<http://jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>> acessado em 21 de fevereiro de 2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FERREIRA, Michelle Karen De Brunis. **Comunicação pública e cidadania**: um estudo exploratório na Unidade do Poupatempo Bauru (SP). 2009. 182f. Dissertação de Mestrado (Comunicação) Bauru: UNESP, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª edição ver., atual. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades**. Caderno de pesquisa em Administração. São Paulo, V.1, N°3, 2º sem/1996.

PINHEIRO, Daíse Cristine de Sá. **O papel do plano de comunicação preventivo em momento de crise na organização**. 58f. Monografia de Comunicação Social. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2005.

PRIMO, Alex et al. **Comunicação e Interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

VANZINI, Kátia Viviane da Silva. **Governo eletrônico, democracia digital e comunicação pública**: a presença do poder judiciário na internet. 2014. 135 f. Dissertação de Mestrado (Comunicação), Bauru: Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2014

Website do Ministério da Educação (MEC) <<http://portal.mec.gov.br/institucional/historia>> acessado em 19 de fevereiro de 2016.