

**MANUAIS DE CONDUTA EM MÍDIAS SOCIAIS E SUA  
CONTRIBUIÇÃO PARA A DEMOCRACIA DIGITAL:  
UM ESTUDO DE MANUAIS BRASILEIROS**

**MANUALES DE CONDUCTA EN MEDIOS SOCIEALES Y  
SU APORTACIÓN A LA DEMOCRACIA DIGITAL:  
UN ESTUDIO DE MANUALES BRASILEÑOS**

**CONDUCT MANUALS IN SOCIAL MEDIA AND ITS  
CONTRIBUTION TO DIGITAL DEMOCRACY:  
A STUDY OF BRAZILIAN MANUALS**

**Roseane ANDRELO**

Doutora em Educação (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP/Araraquara); Mestre em Comunicação e graduada em Comunicação Social: Jornalismo (UNESP/Bauru). Professora dos cursos de graduação e pós-graduação da UNESP/Bauru.  
Email: roseane.andrelo@faac.unesp.br

**Maria Lucilene Dantas de MATOS**

Mestranda em Comunicação (Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP/BAURU); Pós-graduada em Marketing (UFSC) e Licenciada em Letras - Centro Universitário Adventista de São Paulo. Analista da Embrapa.  
Email: maria.matos@embrapa.br

## Resumo

As tecnologias de informação e comunicação têm contribuído para a concretização de ideais de participação da população em decisões públicas, bem como no auxílio ao combate à corrupção e de atos ilícitos no governo. Afinal, a democracia passa pelo direito à informação. O governo, nas diversas esferas, incentiva o uso responsável da internet. Manuais de conduta e normas têm sido publicados por segmentos públicos para direcionar o uso responsável dessas ferramentas pelos seus agentes. Este artigo tem como objetivo verificar se os manuais atendem aos princípios da democracia digital. Foram analisados manuais de conduta em mídias digitais de quatro organizações públicas brasileiras: Embrapa; Secretaria de Comunicação do Governo Federal; Poder Judiciário e Secretaria de Saúde do Distrito Federal. Como metodologia, foi utilizada a análise de conteúdo, a partir de critérios voltados à transparência e incentivo ao engajamento cívico.

**Palavras-chave:** manuais de conduta; mídias digitais; democracia digital; Brasil.

## Resumen

Las tecnologías de información y comunicación han colaborado para la concretización de ideales de participación de la población en decisiones públicas, así como en el combate a la corrupción y de actos ilegales en el gobierno. Al final, la democracia se consolida por el derecho a la información. El gobierno, en sus diversas esferas, incentiva el uso responsable de la Internet. Manuales de conducta y normas han sido publicados por segmentos públicos para direccionar el uso responsable de esas herramientas por sus agentes. Ese artículo tiene como objetivo verificar si los manuales atienden a los principios de democracia digital. Para ello, fueron analizados manuales de conducta en medios sociales de cuatro organizaciones públicas brasileñas: Embrapa; Secretaría de Comunicación del Gobierno Federal; Poder Judicial y Secretaría de Salud del Distrito Federal. Como metodología, fue utilizado el análisis de contenido, partiendo de criterios orientados a la transparencia e incentivo al compromiso ciudadano.

## Palabras-clave:

manuales de conducta; medios digitales; democracia digital; Brasil.

## Abstract

Information and communication technology have contributed to the realization of the ideals of citizen participation in public decisions, as well as to help in fighting corruption and wrongdoing in government. After all, democracy entails the right to information. The government, in many spheres, has encouraged the responsible use of the internet. Conduct manuals and standards have been published for public segments to direct the responsible use of these tools by their agents. This article aims to determine whether the manuals comply with the principles of digital democracy. Conduct manuals were analyzed in digital media from four Brazilian public organizations: Embrapa; Department of Communication of the Federal Government; Judiciary and Health Department of the Federal District. As a methodology, content analysis, based on criteria focused on transparency and encouraging civic engagement was used.

## Keywords:

Conduct manuals; digital media; digital democracy; Brazil.

## Introdução

A internet consolida-se como importante meio para acesso à informação, promoção do engajamento cívico e à prática da democracia de forma transparente. É dotada de inúmeras ferramentas que podem dar suporte ao diálogo entre governo e cidadão. O avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs) possibilitou aos cidadãos informações diversificadas, permitindo maior capacidade de escolha e de participação na esfera pública.

Sabe-se que a democracia, que envolve a existência de condições de participação na tomada de decisões que afetam as pessoas, depende do direito à informação, inclusive aquelas produzidas pelos órgãos públicos. No Brasil, essa situação ganhou destaque a partir de 2011, com a promulgação da Lei de Acesso à Informação. Soma-se a isso o acesso crescente à internet. Pesquisa realizada no primeiro trimestre de 2012 sobre o uso das TICs no País aponta dados relevantes sobre o uso da rede. Dos usuários de internet pesquisados, 84% buscaram informações nos três meses da pesquisa, 73% utilizaram redes sociais e 65% utilizaram o governo eletrônico no período de um ano (CGI.BR, 2012).

Várias esferas de governo no Brasil têm elaborado estratégias para uso de mídias digitais. O portal [brasil.gov.br](http://brasil.gov.br), por exemplo, passou por duas remodelagens nos últimos quatro anos. A última, em 2013, apresenta como objetivo “ampliar o acesso do cidadão à informação pública, serviços, prestação de contas e participação popular nas decisões” (BRASIL, 2013). Isso indica o reconhecimento do direito do cidadão à informação. Alguns debates ocorridos em anos anteriores trouxeram importante contribuição para a consolidação deste direito universal, reconhecido e institucionalizado pelas democracias (ANDI; ARTIGO 19, 2009).

Empresas e Governo percebem as novas mídias como ferramentas que oferecem oportunidades e riscos. O apoio e o incentivo ao uso responsável desse recurso são percebidos em algumas instâncias públicas. Manuais de conduta e normas surgem no Brasil a partir de abril de 2012 e têm sido publicados por alguns segmentos públicos para direcionar o uso responsável dessas ferramentas pelos seus agentes, compreendidos aqui como servidores e colaboradores. Mas o tema ainda requer o estudo deste instrumento como ferramenta para o engajamento do cidadão no contexto da democracia digital. Podem estes manuais contribuir com a prática da democracia digital? Como estes manuais podem se caracterizar como ferramentas de comunicação para a democracia?

Para buscar respostas a essas perguntas, foram escolhidos, para análise, quatro manuais de conduta da instância pública, publicados entre 2012 e 2013: Manual de Conduta em Mídias Sociais da Embrapa (2012); Manual de Orientação e Atuação da Secretaria de Comunicação do Governo Federal (2012); Manual de Redes Sociais do Poder Judiciário do Conselho Nacional de Justiça (2012) e Manual de Conduta em Mídias Sociais da Secretaria de Saúde do Distrito Federal (2013). Tais documentos têm servido de base e incentivo à publicação de outros manuais e têm trazido o debate sobre a importância dos mesmos.

À luz de estudos sobre internet (JENKINS, 2012), direito à informação (MENDEL, 2009; SILVA, 2005) e comunicação para a democracia (ROTHBERG, 2009), foi realizada uma

análise descritiva dos manuais escolhidos, verificando as principais diferenças e semelhanças, transparência, acesso e oferta de informação. Este estudo propõe-se a identificar nos manuais de conduta em mídias digitais a presença de princípios da democracia digital.

A pesquisa dá visibilidade ao processo de gestão das mídias pelos órgãos de governo que se apropriam das TICs para entrega de seus produtos e serviços à sociedade. Os resultados aqui apresentados fazem parte da pesquisa de mestrado em andamento que contempla estudo de caso da Embrapa com comunidades indígenas, buscando identificar como a empresa se apropria de ferramentas de comunicação para transferir suas tecnologias a essas comunidades. No caso desse artigo, optou-se por uma análise comparativa com outras organizações públicas.

## **Democracia digital**

A informação é considerada como um elemento fundamental para a existência e a manutenção da democracia que, em sentido mais genérico, “gira em torno da capacidade dos indivíduos de participar de modo efetivo da tomada de decisões que os afeta” (MENDEL, 2009, p. 4). A ideia de participação, portanto, perpassa a discussão sobre direito à informação que, por sua vez, interliga-se à noção de cidadania, considerada como o exercício de direitos e deveres civis, políticos e sociais. Entre os direitos civis, que se referem às liberdades individuais, destaca-se a liberdade de expressão. No que diz respeito aos direitos políticos, a informação permite a escolha política. O direito à informação é um instrumento para a ampliação dos direitos sociais básicos, como saúde, educação e transporte.

Ao considerar a gestão pública, a informação é ferramenta essencial de combate à corrupção e de atos ilícitos no governo. Afinal, a democracia também implica prestação de contas e, conseqüentemente, boa governança, uma vez que o público tem o direito de acompanhar as ações de seus representantes e de participar de um debate aberto sobre a tomada de decisões. Os cidadãos precisam ser capazes “de avaliar o desempenho do governo, o que depende do acesso à informação” (MENDEL, 2009, p. 5).

É premissa para isso a consciência de que os órgãos públicos detêm informação em nome da população e não para eles próprios. Se devem dispor de informações solicitadas, em países onde há legislações específicas, também devem efetuar a divulgação rotineiramente.

Um princípio subjacente básico que rege o direito a informação é o princípio da divulgação máxima, que flui diretamente das garantias internacionais primárias do direito à informação. Este princípio envolve a presunção de que toda informação sob o controle de órgãos públicos deve estar sujeita à divulgação e esta presunção somente poderá ser afastada quando houver risco prevalente de lesão a um interesse público ou privado legítimo. Outros padrões essenciais são os de que sistemas e processos devem ser estabelecidos para efetivar o direito à informação na prática e de que os órgãos públicos devem envidar todos

os esforços razoáveis para facilitar o acesso. Ademais, devem ser implementados sistemas independentes de apelação para impedir a administração de exercer um poder discricionário indevido na interpretação da abrangência de exceções ao direito de acesso, bem como em outros aspectos do direito. (MENDEL, 2009, p. 30)

Várias mudanças ocorridas na sociedade colaboraram para que o direito à informação seja compreendido e exigido pela sociedade e fornecido nos mais diversos níveis de governo. Uma delas diz respeito aos avanços das TICs, principalmente a internet. Características como ausência de fronteiras; conexão simultânea entre milhões de pessoas; flexibilidade, ao permitir que usuários acessem conteúdos sob demanda, personalizando-os de acordo com seus interesses; possibilidade de dispor informações em diversas linguagens; fluxo incessante de informações e interação mais horizontal fazem com que a rede possibilite ao cidadão comum meios de contribuir nos processos decisórios.

Novas realidades sociais têm sido construídas a partir das possibilidades de interação oferecidas pela internet. A revolução do conhecimento leva à “cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam.” (JENKINS, 2012, P. 29). As organizações necessitam reinventar-se para fortalecer a ligação com seus grupos de interesse e estabelecer novas formas de comunicação. As instituições e seus agentes se apropriam das redes sociais midiáticas para interagir com seus pares e seus públicos. Assim, cidadão e Estado apropriam-se dos recursos midiáticos, embora, nem sempre com o mesmo nível e interesse.

Esse cenário faz com que o acesso à informação e à internet seja debatido como ingrediente importante para o exercício da cidadania. No Brasil, o acesso à rede de computadores ainda reflete desigualdades, mas é crescente. Dados do IBOPE Mídia indicam que o número de brasileiros com acesso à internet já ultrapassa 105 milhões no segundo trimestre de 2013 (IBOPE, 2013). Isso indica que a democratização dos meios coloca à disposição do cidadão importante instrumento para o exercício da democracia, cabendo à gestão pública disponibilizar informações adequadas a este exercício.

Esses dados são significativos, mas levam a outra reflexão: o acesso é apenas um dos elementos que dão suporte para a participação em uma sociedade democrática. A informação para exercício da cidadania requer características que permitam ao cidadão um diagnóstico adequado. “Alguns dados relevantes podem ser mais significativos para a formação do cidadão que muitas informações acessórias” (ROTHBERG, 2009, p. 6).

Para garantir a participação, é preciso possibilitar a interatividade entre cidadãos e governos, por meio da tecnologia, o que pode ser feito em diferentes níveis. Silva (2005), ao olhar para portais de governos, propõe cinco graus de democracia digital. O primeiro é caracterizado pela ênfase na disponibilidade de informação e na prestação de serviços públicos. Nos portais, há circulação de informações governamentais, porém, com fluxo de interação de mão única. No segundo grau, usa-se as TICs para colher a opinião e utilizar esta informação para a tomada de decisão política, mas sem diálogo efetivo com a esfera civil. No terceiro, verifica-se o princípio de transparência e prestação de contas, com a

publicidade voltada para fortalecer a cidadania. No quarto grau, há criação de processos e mecanismos de discussão, visando o convencimento mútuo para se chegar a uma decisão política, tomada pelo próprio público. Tira a esfera civil do papel de consulta e a coloca como agente da decisão política. E, por fim, no quinto grau, a esfera civil ocupa o lugar de esfera política na produção da decisão, com o Estado sendo governado por plebiscito.

A gestão adequada da ferramenta de comunicação contribui para a democracia, porém, uma política de informação deve prever a formação do público para o acesso e o uso adequado do conteúdo disponibilizado pelos órgãos públicos.

O ideal é que uma política de acesso à informação venha acompanhada de ações voltadas à formação de competências informacionais. “Para ser ‘competente em informação’, a pessoa deve ser capaz de reconhecer quando a informação é necessária e ter a habilidade de localizar, avaliar e usar efetivamente esta informação e usar a informação de forma que os outros também possam aprender com ela” (AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION, 1989, APUD HATSCHBACH; OLINTO, p. 3, 2008).

De toda forma, é possível dizer que o governo, nas diversas esferas, tem ampliado consideravelmente o acesso à informação. No entanto, nos últimos dois anos, a preocupação com a conduta dos “porteiros” da informação online, ou seja, agentes que atuam entre o cidadão e a lei (ANDI; ARTIGO 19, 2009, p. 10), tem sido objeto de atenção de instituições e governo, que passam a adotar manuais para orientar a atuação de seus agentes nas mídias interativas. É sobre eles que trata a próxima seção.

### **Manuais brasileiros de conduta em mídias digitais**

A iniciativa pioneira no âmbito do governo foi da Embrapa, empresa do Governo Federal, que publicou dois manuais em abril de 2012. O primeiro contemplando orientações sobre conduta e comportamento de empregados e colaboradores. O segundo com orientações para gestores das mídias sociais.

O Governo Federal, através de sua Secretaria de Comunicação Social, publicou um primeiro Manual de orientação para atuação em redes sociais em outubro de 2012 e uma versão atualizada do mesmo manual em maio de 2013, que contempla conceitos, diretrizes e conduta de servidores e colaboradores.

Em janeiro de 2013 a Secretaria de Saúde do DF publicou seu Manual de conduta em mídias sociais contemplando conceitos, orientações e regras. Em fevereiro de 2013, o Conselho Nacional de Justiça lançou o Manual de Redes Sociais do Poder Judiciário, com informações específicas sobre Facebook e Twitter, apresentando conceito, estrutura, regras e questões de segurança.

Estas iniciativas demonstram que as organizações envolvidas compreendem a importância de políticas e diretrizes bem definidas para atuação em mídias digitais. O que requer o estabelecimento de regras claras para os colaboradores vinculados às mesmas no que diz

respeito à conduta no meio digital.

Para análise dos manuais, foram definidas as seguintes categorias:

- Apresentação: a instituição demonstra o que vai ser delineado e tem assim um instrumento inicial para despertar interesse do usuário para o conteúdo;
- Objetivo: definição do que se pretende alcançar com o documento;
- Síntese: resumo dos temas abordados;
- Engajamento: itens que tratam especificamente de interação da instituição com o cidadão e
- Conteúdo: síntese dos tópicos.

## Manual da EMBRAPA

**Apresentação:** A Embrapa apoia o uso responsável das ferramentas de comunicação online, pois reconhece os potenciais benefícios profissionais, institucionais e sociais da atuação de seus empregados e colaboradores nessas mídias.

**Objetivo:** A Empresa oferece orientações para que seus empregados, bolsistas, estagiários e prestadores de serviços possam se referir à Embrapa.

**Síntese:** Dá orientações para seguir sempre que mencionarem, publicarem ou compartilharem conteúdos envolvendo a Embrapa em mídias sociais. Expõe condutas, comportamentos e atitudes que a Empresa espera de seus empregados e colaboradores, particularmente no ambiente digital.

**Engajamento:** Recomenda que utilizem, com responsabilidade, as mídias sociais para apresentar soluções tecnológicas da instituição para consumidores reais ou potenciais, no Brasil e no exterior, compartilhar e consultar conteúdos multimídia relevantes para o avanço e a divulgação da ciência, obter opiniões para melhoria de ações, produtos e serviços da Empresa, identificar demandas da sociedade por produtos e serviços que podem ser gerados pela Embrapa, fortalecer a imagem da Embrapa como instituição de excelência em pesquisa agropecuária, moderna, mais próxima do cidadão, e promover o diálogo com a sociedade e usuários das mídias sociais.

O conteúdo do manual está exposto no quadro 1.

Quadro 1. Conteúdo do Manual de Conduta em Mídias Sociais da Embrapa.

Item	Descrição
Introdução	Posicionamento da empresa sobre o uso das mídias sociais e objetivos do manual.
As novas mídias e você	Traça o perfil de três tipos de usuário de mídias sociais de acordo com grau de utilização e relacionamento.
Motivos para você usar as mídias sociais	Recomendações de uso das mídias sociais.
Princípios gerais de conduta	Apresenta seis princípios: boa-fé, honestidade, cortesia, transparência, moralidade e legalidade.
Diplomacia e netiqueta	Conjunto de recomendações de comportamento online.
Conteúdo e tom de voz	Diretrizes para a escrita com conteúdo atraente e de qualidade.
Perfis e canais em mídias sociais	São listados canais mais utilizados no Brasil com suas características e recomendações de conduta em cada um deles
Monitoramento	Esclarecimento sobre monitoramento de colaboradores e cidadãos.
Penalidades e consequências do uso incorreto das mídias sociais	Recomendações sobre o que fazer e o que não se pode fazer, legislação e penalidades.
Considerações finais	Sintetiza o que a empresa espera de seus colaboradores com a publicação do manual.

Fonte: elaborado pelas autoras

## Manual do GOVERNO FEDERAL

**Apresentação:** Não tem.

**Objetivo:** Estipular melhores práticas e guiar os agentes da comunidade Sicom no uso de redes sociais, incluindo a geração de conteúdo, interação com o usuário e atuação em casos de crise.

**Síntese:** Conceitos básicos, Diretrizes de linguagem verbal e visual, Metodologias e ativações, Monitoramento de redes sociais, Manual interno de conduta para colaboradores, Gerenciamento de crise.

**Engajamento:** O usuário só entende quem fala a mesma língua que ele. Busca um relacionamento mais pessoal e próximo com as empresas. A linguagem da comunicação deve promover essa aproximação.

O primeiro princípio é que uma rede é pautada principalmente pela troca de informação – e troca pressupõe um retorno de ambos os lados. Ter um relacionamento sólido com o seu público, transformando-o em uma camada de blindagem institucional natural, orgânica, fruto da confiança mútua.

O quadro 2 traz o conteúdo disponibilizado.

### Quadro 2. Conteúdo do Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais do Governo Federal.

Item	Descrição
Conceitos básicos	Apresentação das principais redes sociais, dados de pesquisa sobre comportamento de brasileiros na internet, ecossistema de redes e dogmas das redes sociais.
Diretrizes de linguagem verbal e visual	Diretrizes editoriais, conteúdo, guia de redação, imagem e vídeo, ortografia, relacionamento com o usuário e moderação.
Metodologias e ativações	Gestão de comunidades, pautas, assuntos gerados na rede, ações de ativação.
Monitoramento de redes sociais	Palavras-chave, temas e regras de classificação, análises e relatórios.
Manual interno de conduta para servidores e colaboradores	Liberdade de opinião, perfis pessoais, boas práticas.
Gerenciamento de crise	Descrição de crise, danos, monitoramento, reação, recomendações.

Fonte: elaborado pelas autoras

## Manual da SECRETARIA DE SAÚDE DO DISTRITO FEDERAL

**Apresentação:** Necessidade de dialogar com usuários e participar das conversas que dizem respeito à sua área de atuação.

**Objetivo:** Direcionar os responsáveis pelos perfis das redes sociais das unidades de saúde do DF para delimitar um padrão na atuação e facilitar o intercâmbio de informações entre as unidades de saúde e a secretaria para agilizar a entrega da informação à população.

Síntese: Não tem.

**Engajamento:** Manter um diálogo contínuo com os cidadãos; informar a população sobre as ações da Secretaria de Saúde do DF e das respectivas unidades de saúde; prestar serviço de utilidade pública oferecendo informações que podem facilitar o dia a dia e melhorar a qualidade de vida da população e engajar a população nas ações e programas da SES/DF.

O quadro 3 demonstra os conteúdos:

### Quadro 3. Conteúdo do Manual de conduta nas mídias sociais da Secretaria de Saúde do Distrito Federal

Item	Descrição
Apresentação	O uso da internet pelos brasileiros, a importância do diálogo, objetivos do manual, objetivos da instituição e públicos.
Mídias sociais e o setor de saúde	A problemática do setor de saúde, mídias sociais como instrumento de aproximação com o usuário.
Principais mídias sociais	Descrição das principais mídias sociais, seus canais de comunicação e possibilidades de interação com o público.
Criação de perfis oficiais	A importância dos perfis oficiais, cuidados com a segurança, regras de conduta gerais e específicas para cada rede social.
Posicionamento	Importância e definição do posicionamento, regras de etiqueta na internet, conselhos para o bom uso.
Diretrizes editoriais	Produção de conteúdo, linguagem da comunicação, atualizações, linha editorial.
Relacionamento e interações	A importância de interagir com o público, posturas recomendadas no relacionamento com o público, regras para o envio de informações. regras para as respostas ao público.

Fonte: elaborado pelas autoras

### Manual do PODER JUDICIÁRIO

**Apresentação:** Abre-se espaço para o cidadão dar sua opinião e participar utilizando as mídias sociais, não apenas como instrumento de publicidade, mas como forma de aproximação a seu público-alvo.

**Objetivo:** visa mostrar como o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) vem trabalhando nas mídias sociais e como essa experiência pode servir de modelo à gestão de outros canais digitais do Judiciário.

**Síntese:** São apresentadas as estratégias utilizadas, as regras de manuseio, os métodos de prevenção e fluxo de publicações, além de técnicas para atrair o interesse do público e práticas necessárias à gestão e segurança das redes sociais.

**Engajamento:** Para alcançar esse estágio de relacionamento, é fundamental oferecer menos propagandas e notícias de pouco apelo e mais conteúdos relevantes e atrativos para os leitores.

O quadro 4 demonstra o conteúdo do manual:

**Quadro 4. Conteúdo do Manual de Redes Sociais do Judiciário.**

Item	Descrição
Apresentação	Sintetiza o conteúdo do manual
Histórico	Descreve a presença do Conselho Nacional de Justiça no facebook e Twitter desde 2010, estratégias utilizadas e características dos posts.
Regras gerais	Padronização das publicações nas duas redes quanto a textos, imagens, logomarca e conteúdo.
Publicações	Recomendações quanto a engajamento, volume de informação, regularidade, horários e agendamentos; Orientações sobre o que publicar (citações de conselheiros, ministros ou outros representantes do STF e do CNJ); vídeo de campanhas do CNJ ou do programa “CNJ em Ação”, veiculado na TV Justiça; trecho da Constituição, trecho de alguma Lei Cidadã (Direito do consumidor, Lei Maria da Penha, ECA, Código Penal).
Estrutura das redes	Informações técnicas sobre as ferramentas e padronização de uso – Facebook e Twitter.
Segurança	Recomendações sobre senhas e regras de acesso.
Análise de resultados	Define procedimentos para análise de resultados que facilitarão o processamento dos dados e monitoramento.
Metas a serem alcançadas	Metas específicas quanto ao alcance de públicos na rede.
Upgrade nas redes sociais	Orientações para vinculação entre as várias redes onde o órgão está presente.

**Fonte:** elaborado pelas autoras

## Considerações finais

Observa-se que os quatro manuais apresentados foram formulados com objetivo institucional contemplando em seu conteúdo a preocupação com a transparência da conduta nas redes sociais midiáticas.

O manual da Embrapa é completo no que diz respeito à orientação sobre a postura dos colaboradores, informações técnicas das ferramentas e contempla o maior número de redes digitais. Fica claro que seu foco principal são os empregados e colaboradores, com preocupação secundária com o cidadão. No entanto, a recomendação de uso das redes abrange vários aspectos relacionados à entrega de seus produtos à sociedade.

O manual publicado pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal traz diretrizes importantes para os agentes públicos com teorias mais completas sobre as redes sociais e internet. Abrange aspectos mais gerais e destina apenas um capítulo para a conduta dos servidores que atuam na rede. Também contempla um número significativo de ferramentas de redes digitais. Há preocupação com o bom relacionamento com o cidadão, mas com objetivos mais institucionais.

O manual da Secretaria de Saúde do DF apresenta acentuada preocupação com o usuário final do sistema de saúde e pauta mais discretamente a conduta dos servidores.

O manual do Conselho Nacional de Justiça é o que mais contempla o relacionamento com o cidadão, tema pautado em todas as seções do documento. Já a partir da “Apresentação”, enfatiza o relacionamento com o cidadão e a importância das redes digitais serem utilizadas como instrumento de aproximação. O Manual Jurídico sobre Facebook e Twitter apresenta-se como modelo de gestão que pode ser utilizado em outros canais digitais.

A análise de conteúdo dos manuais permitiu observar que as organizações governamentais aqui estudadas entendem a potencialidade das TICs no processo de democratização da

informação. Há interesse em estreitar laços com o cidadão no ambiente digital. Demonstra ainda o incentivo aos seus agentes para utilização das mídias digitais. Mas a análise do impacto e resultado da publicação dos manuais não pode ser visualizada a partir desta análise e requer uma investigação posterior sobre o comportamento dos usuários.

Verificando semelhanças entre os quatro manuais estudados, percebe-se que todos tratam de conduta de servidores e colaboradores, alguns com mais ênfase, com destaque para o da Embrapa que é bem enfático neste aspecto. Outra semelhança que se observa é a presença de orientações técnicas quanto ao uso das ferramentas digitais. Percebe-se ainda que todos têm a preocupação de estreitar e otimizar o relacionamento com o cidadão, mas o manual do CNJ apresenta isto de forma mais acentuada.

Quanto às diferenças significativas, o manual da Embrapa diferencia-se dos demais por apresentar um capítulo específico sobre penalidades para o uso inadequado da rede e preocupação com propriedade intelectual. O manual da Secretaria de Saúde é o único que apresenta em seus objetivos a preocupação explícita com o engajamento do cidadão. O manual do Governo Federal tem diretrizes bem gerais e é o único que inclui o gerenciamento de crise. Quanto ao manual da Justiça, seu principal diferencial é o estabelecimento de metas para dar resposta ao cidadão.

Consequentemente o manual da Justiça é o que alcança maior grau de democracia digital, com mais indícios de transparência e comprometimento com a participação do cidadão. Em segundo lugar está o da Secretaria de Saúde que se preocupa com a informação qualificada para o cidadão e oferta de produtos midiáticos que promovam seu engajamento. Os manuais do Governo Federal e Embrapa apresentam maior preocupação organizacional e preservação da imagem institucional.

Os quatro manuais são publicações importantes para nortear o exercício responsável da democracia digital pelos agentes públicos. A publicação destes instrumentos indica comprometimento das organizações com a ética e a transparência na gestão das redes sociais. Tais publicações orientam colaboradores e contribuem para a sistematização de boas práticas que podem ser adotadas por outras organizações.

As instituições públicas e privadas estão diante de uma plataforma virtual de relacionamento. Compreendem as potencialidades desta nova realidade. Estão inseridas neste contexto, mas ainda não estavam preparadas para lidar com os riscos de sua presença online. A ausência dessa experiência gerou crises que necessitaram de intervenção. A publicação destas diretrizes de conduta é uma importante ação proativa e preventiva.

A comunicação pública que tem como foco a cidadania requer maior grau de interação. Neste cenário as mídias sociais formam o cenário perfeito para uma gestão responsável, comprometida com as necessidades do cidadão. A sociedade civil está cada dia mais conectada e com mais oportunidade de ouvir e ser ouvida, o que a torna ainda mais consciente de seu direito à informação e do seu papel na tomada de decisões em políticas públicas que afetam a sua vida.

## Referências

ANDI; ARTIGO 19. **Acesso à informação e controle social das políticas públicas**. Brasília, DF: ANDI; Artigo 19, 2009. 132 p.

BRASIL. **Manual de orientação para atuação em redes sociais**. Brasília – DF, 2013. Disponível em: [http://luisgustavocorporativo.files.wordpress.com/2013/07/manual\\_redes\\_sociais\\_maio\\_2013.pdf](http://luisgustavocorporativo.files.wordpress.com/2013/07/manual_redes_sociais_maio_2013.pdf). Acesso em 28 de novembro de 2013.

CGI.BR – COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil**: 2012. Apresentação. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012.

EMBRAPA. Secretaria de Comunicação. **Embrapa em mídias sociais**: documento orientador. Brasília – DF, 2012. Disponível em: [http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/embrapa\\_em\\_midias\\_sociais\\_edicao\\_1.pdf](http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/embrapa_em_midias_sociais_edicao_1.pdf). Acesso em: 28 nov. 2013.

EMBRAPA. Secretaria de Comunicação. **Manual de conduta em mídias digitais**. Brasília – DF, 2012. Disponível em: [http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/manual\\_de\\_conduta\\_em\\_midias\\_sociais\\_edicao\\_1.pdf](http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/manual_de_conduta_em_midias_sociais_edicao_1.pdf). Acesso em: 28 nov. 2013.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. Secretaria de Saúde. **Manual de conduta nas mídias sociais**. Brasília – DF, 2013. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/sesdistritofederal/manual-de-conduta-nas-midias-sociais-sesdf>. Acesso em: 28 nov. 2013.

HATSCHBACH, M.H.; OLINTO, G. Competência em informação: caminhos percorridos e novas trilhas, **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 4, n.1, jan/jun 2008. Disponível em: [C:\Users\Roseane\Downloads\RBBB-4\(1\)2008-competencia\\_em\\_informacao-\\_caminhos\\_percorridos\\_e\\_novas\\_trilhas.pdf](C:\Users\Roseane\Downloads\RBBB-4(1)2008-competencia_em_informacao-_caminhos_percorridos_e_novas_trilhas.pdf). Acesso em: 22 jun. 2014.

IBOPE. **Número de pessoas com acesso à internet no Brasil chega a 105 milhões**. 2013. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes.aspx>. Acesso em: 01 jul. 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de

Comunicação. Tradução: Susana Alexandria. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MENDEL, T. **Liberdade de informação: um estudo de direito comparado**. 2 ed. Tradução: Marsel N. G. de Souza. Brasília: UNESCO, 2009.

PODER JUDICIÁRIO. Conselho Nacional de Justiça. **Manual de Redes Sociais do Judiciário**. Brasília – DF, 2013. Disponível em: <http://www.cnj.jus.br/images/eventos/encon>

tro\_nacional\_de\_comunicacao\_do\_poder\_judiciario/apresentacoes/MANUAL.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2013.

ROTHBERG, D. Informação de diagnóstico, democracia e inclusão digital, Liinc em Revista, v. 5, n. 1, p. 4-18, 2009. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/viewFile/292/193>>. Acesso em: 21 de ago. 2013.

SILVA, S.P. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras, **Opinião Pública**, v. 11, n. 2, p. 450-468, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v11n2/26422.pdf>>. Acesso em 11 jan. 2014.