

COMUNICAÇÃO PÚBLICA GOVERNAMENTAL NA COVID-19 SOB A PERSPECTIVA DOS ANALFABETOS FUNCIONAIS NO DF

GOVERNMENT PUBLIC COMMUNICATION AT COVID-19 UNDER THE PERSPECTIVE OF FUNCTIONAL ANALYFABLES IN DF

Leandro Rolim da
Silva, Dâmares Silva Rodrigues

RESUMO

No Brasil 3 em cada 10 pessoas são consideradas analfabetas funcionais, segundo o Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF, 2018). É inerente à comunicação considerar as características físicas, mentais, sociais e culturais do seu público, e avaliar o entendimento destes com a mensagem. Por conseguinte, identificou-se que as dificuldades de processamento cognitivo desse grupo interferiram de forma significativa no processo de interação com as mensagens divulgadas nos meios de comunicação pública. Mostrou-se necessário, identificar e avaliar os canais e linguagens que mais se adequaram a esse público durante o coronavírus. O presente estudo busca entender como as pessoas letradas interagiram com as mensagens veiculadas nesse cenário de pandemia causada pela Covid-19, no âmbito do Distrito Federal, em 2020. Para isso, foi feita uma pesquisa com pessoas de 15 a 64 anos que fazem parte do grupo dos analfabetos funcionais, utilizando campanhas e informativos publicitários impressos e digitais que foram veiculados nesse período pelo Governo do Distrito Federal(GDF). A análise possibilitará o reconhecimento da legitimidade dessas deficiências como obstáculo na construção da cidadania.

Palavras-Chave: Comunicação pública, cidadania, Analfabetismo Funcional, educação, Covid-19.

ABSTRACT

In Brazil, 3 out of 10 people are considered functional unlettered, according to the Functional Illiteracy Index (INAF,2018). It is Inherent to communication to consider physical, mental, social, and cultural characteristics of its public, and evaluate its understanding of the message. Therefore, it has been identified that the difficulties of the cognitive process of this group interfered in meaningful ways in the interaction process with the disclosed messages in public communication channels. It has been shown necessary to identify and evaluate the channels and the languages that are more suited to this public, during the coronavirus outbreak. The present study seeks

to understand how illiterate people interacted with the messages aired in this pandemic scenario caused by Covid - 19 within the scope of the Federal District, in 2020. For this, it will be done research, where will be accomplished interviews with people from 15 to 64 years old, that are included in the functional unlettered group, using campaigns and advertising informative, printed and digital that were aired during this period by the Government of the Federal District (GDF). The analysis will enable the recognizing of the legitimacy of these deficiencies as an obstacle to citizenship building.

Keywords: *Public communication, citizenship, Functional Illiteracy, education, Covid-19*

1. INTRODUÇÃO.

O campo da Comunicação Pública é vasto e o seu conceito vem sendo aperfeiçoado ao longo dos anos por grandes profissionais da área. O livro que dá sustentação para essa temática “comunicação pública”, foi publicado em 1995, pelo Francês, Pierre Zémor, intitulado “*la Communication Publique*”. Traduzido por Elizabeth Brandão, é considerado um referencial para todos os comunicadores que desejam se aprofundar no assunto.

Na visão de Brandão (2006, p. 1)

A expressão “Comunicação Pública” vem sendo usada com múltiplos significados, freqüentemente conflitantes, dependendo do país, do autor e do contexto. Tamanha diversidade indica que a expressão ainda não é um conceito claro, nem uma área de atuação profissional delimitada. Por enquanto, a expressão Comunicação Pública abarca saberes e atividades diversas e poderia ser considerada como um conceito em processo de construção.

A vertente que será abordada na produção deste estudo é elucidada por Elizabeth Brandão em uma de suas pesquisas sobre os “*Usos e significados do Conceito Comunicação Pública*”, onde “Comunicação Pública identificada com Comunicação do Estado e/ou Governamental”, é apontada como uma das cinco áreas de atuação da comunicação pública. “Esta é uma dimensão da Comunicação Pública que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos”. (BRANDÃO, 2006, p. 5)

Para Pierre Zémor (1995) a Comunicação pública está ligada intrinsecamente ao espaço público, sob a perspectiva do cidadão. O cidadão como participante de uma sociedade, atua como fator primordial e que dá sustentação à atuação dessa comunicação. BRANDÃO reforça essa mesma ideia dizendo:

O panorama traçado até aqui demonstra que dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública é possível

encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania. A exceção é aquela primeira que identifica Comunicação Pública com as atividades de comunicação organizacional.(BRANDÃO, 2006, p. 10)

Nessa perspectiva de construção de cidadania que surge a temática “Comunicação Pública Governamental em tempos de Covid-19 na perspectiva dos analfabetos funcionais no Distrito Federal”. E conforme Andréa, o acesso à informação se torna um pilar determinante na construção de uma consciência cidadã, pois é através da informação que o indivíduo aprende a ser crítico, conhece seu lugar, aprende a ser membro, e como integrante de uma sociedade é fundamental que essa pessoa conheça seus direitos e obrigações para com todos (ANDRÉA, 2004)

Dessa forma, o fator, informação, abre aspas para uma discussão quando se trata de indivíduos classificados como Analfabetos Funcionais, que segundo o Indicador de Alfabetismo Funcional - INAF (2018) “indivíduos iletrados possuem muita dificuldade em fazer o uso da leitura e da escrita em situações do seu cotidiano”. Além disso, as dificuldades cognitivas¹ desse grupo nem sempre são consideradas, e as discussões encerram-se por serem negligenciadas, tanto pelo Governo quanto pela sociedade em geral.

Portanto, o cenário atual de pandemia causado pela Covid-19, será usado como pano de fundo para esta pesquisa, pois traz consigo uma série de perguntas sobre a atuação da comunicação pública nesse período, e as ações que o Governo do Distrito Federal tem tomado. Além de perdas irreparáveis para o país, o Brasil tem enfrentado mudanças significativas na saúde, economia, política, educação, social e na comunicação. Mudanças essas que reverberarão na história do Brasil e do mundo.

2. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA E SUAS ÁREAS DE ATUAÇÃO

2.1. Conceito de Comunicação Pública

Para Duarte, essa expressão ganha notoriedade por sustentar a ideia de uma comunicação justa e democrática. (2012) O sentido da comunicação pública está ligado diretamente à ideia de uma comunicação integradora que conecta a sociedade civil organizada, Estado, Governo e o Terceiro Setor” (COMUNIQUEIRO, 2018). Nessa tentativa de encurtar o distanciamento do cidadão com as políticas públicas, a “comunicação pública” desenvolve um papel primordial pois ela abre espaço para que este indivíduo atue de forma democrática em todas as instâncias da sociedade.

Entretanto, esta expressão tem se apresentado de forma diversificada quanto ao uso dos seus significados e as suas áreas de atuação, e “dependendo do país, do autor e do contexto” essa temática sofre modificações, dando abertura para novas perspectivas, “frequentemente conflitantes”. (BRANDÃO, 2006) O seu conceito ainda está em construção, o que reforça a teoria de que o campo da comunicação pública é vasto e suas áreas de atuação não são limitadas. E segundo Kunsch:

¹ É a dificuldade de raciocínio de um indivíduo no processo de aprendizagem.

[...] “Ela implica várias vertentes e significações, podendo-se entendê-la, basicamente, segundo estas quatro concepções básicas: comunicação estatal; comunicação da sociedade civil organizada que atua na esfera pública em defesa da coletividade; comunicação institucional dos órgãos públicos, para promoção de imagem, dos serviços e das realizações do governo; e comunicação política, com foco mais nos partidos políticos e nas eleições.[...] (KUNSCH, 2012 p.17)

Desde então, a difusão desse conceito “comunicação pública” tem sido auxiliada pela obra “*la Communication Publique*” publicada em 1995, pelo Francês Pierre Zémor, traduzido atualmente por Elizabeth Brandão. Esta mesma obra possibilitou a Elizabeth discorrer sobre essa temática em dos seus estudos “*Usos e significados do Conceito Comunicação Pública*” e em sua perspectiva elucida cinco áreas de atuação da comunicação pública, que será abordada a seguir.

2. Áreas de Atuação

a) Comunicação Pública identificada com Comunicação Organizacional.

A Comunicação organizacional distintamente das demais áreas de atuação da “comunicação pública” é a única que não se conecta diretamente com a figura do cidadão. Seu papel em suma concentra-se na criação de estratégias que integrem as organizações, sejam elas públicas ou privadas, com o ambiente interno, - seus colaboradores - e o ambiente externo - sociedade -, visando o estreitamento do relacionamento da instituição com os seus diferentes públicos. (BRANDÃO, 2006)

Kunsch, também ressalta que nesse contexto a preocupação maior da organização é com a parte operacional, ou seja, são atributos do comunicador organizacional: promover ações, planejamentos e estratégias que contribuam para o aprimoramento da imagem da organização. (2012)

b) Comunicação Pública identificada como Comunicação Científica.

Atualmente a principal preocupação da comunicação pública na área científica, concentra-se na criação de canais e meios que integrem o cidadão com a ciência. Essa ideia se fortalece por buscar o estreitamento da ciência com o cotidiano das pessoas, por meio de descobertas que resultam em novas possibilidades de mudanças no papel desse indivíduo na sociedade. (BRANDÃO, 2006)

c) Comunicação Pública identificada com Comunicação do Estado e/ou Governamental.

Segundo Brandão, a Comunicação Governamental surge a partir da necessidade do Governo/Estado, estabelecer um relacionamento com a população com o objetivo de informar sobre sua atuação (BRANDÃO, 2006) ou seja, prestar contas. Brandão conceitua ainda que,

A comunicação governamental pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o

engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público.(2006, p.6)

Dessa forma, a Comunicação Governamental enquanto pública vai muito além da prestação de contas. O seu papel é provocar o interesse do cidadão na participação das atividades do governo, conscientizando-o sobre a importância do seu posicionamento quanto às medidas adotadas pelo governo durante o seu mandato, e que estão vinculadas aos seus interesses, considerando que qualquer decisão afeta significativamente a sua vida.

d) Comunicação Pública identificada como Comunicação Política

É possível identificar a comunicação política sob dois aspectos. No primeiro momento ela foca em usar métodos, técnicas e ferramentas de comunicação para disseminar ideias, crenças, ideologias e posicionamentos tanto de partidos políticos quanto do próprio governo (BRANDÃO, 2006). O Marketing Digital² é um exemplo de ferramenta de comunicação que permite o candidato compartilhar suas ideias no ciberespaço³. Esse método tem revolucionado a forma de se fazer política atualmente, por meio dele é possível criar um canal de relacionamento mais próximo do candidato com seu eleitor por meio das mídias sociais.

Segundo, ela pode ser identificada por meio das discussões que acontecem diariamente entre as empresas de “tecnologias de comunicação” sobre a liberdade da sociedade interferir em determinados assuntos, em benefício próprio.(BRANDÃO, 2006). As mídias sociais são ótimos exemplos dessas disputas, pois além de estarem ligados intrinsecamente ao cotidiano das pessoas, é possível evidenciar essa interferência da sociedade. No Twitter, por exemplo - uma das redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros - permite às pessoas levantarem hashtags⁴ a favor de causas, bandeiras e etc. implicando muitas vezes em mudanças na postura da própria empresa em relação a esse público.

e) Comunicação Pública identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada

Aqui a Comunicação Pública é identificada através de ações realizadas pelos membros do Terceiro setor, e pelos movimentos populares denominados Comunicação Comunitária ou Alternativa”. [...]“Nesta acepção, entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade” (BRANDÃO, 2006, p.8)

² Marketing Digital é um conjunto de estratégias de comunicação adotadas pelas empresas no ambiente digital com o objetivo de se relacionar com o seu público.

³“ Ciberespaço” é um espaço que só existe virtualmente.

⁴ Hashtag é a união de uma palavra com o símbolo da cerquilha (#), ou “jogo da velha”. A Hashtag é usada nas redes sociais com o objetivo de direcionar o usuário para uma página com publicações sobre o mesmo tópico. [...](ROCKCONTENT)

É a partir dessa consciência voluntária, que nascem as Organizações Não Governamentais (ONG's), as fundações, entidades beneficentes, os fundos comunitários, as entidades sem fins lucrativos, associações de moradores, entre outras (PENA, Brasil Escola) Denominadas Terceiro Setor.

Essa comunicação permite que a sociedade em geral converse entre si com o mesmo objetivo. Essa proximidade acontece de forma natural pois na maioria das vezes os fundadores dessas ONG's, Instituições, etc. são de dentro da própria comunidade, ou possuem algum vínculo com esses indivíduos. Por isso, torna-se mais fácil para esses voluntários identificar as necessidades desse público, já que ambos convivem no mesmo contexto social.

3. ANALFABETISMO FUNCIONAL SEGUNDO O INAF

No Brasil 3 em cada 10 pessoas são consideradas analfabetas funcionais, segundo o Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF, 2018). O que significa dizer que esses indivíduos iletrados não possuem domínio da escrita e da leitura, ou possuem muita dificuldade ao utilizarem-nas, no seu cotidiano [...] “como reconhecer informações em um cartaz ou folheto ou ainda fazer operações aritméticas simples com valores de grandeza superior às centenas”. (INAF, 2018, p. 8)

A edição do Inaf 2018, é considerada especial pois traz consigo dados desde a primeira edição que foi realizada em 2001, até a mais recente em 2018, permitindo fazer comparativos. Na primeira edição do INAF, 2001, mostrou que apenas 61% da população brasileira era considerada funcionalmente alfabetizada. Nos anos seguintes houve um lento crescimento, apenas na 6ª edição em 2009, percebe-se um aumento de 12% chegando a 73% o número de pessoas consideradas funcionalmente alfabetizadas.

Esse aumento de 12% permaneceu até 2015, quando na edição 2018 esse número diminuiu em 2%, caindo para 71% o número de pessoas consideradas funcionalmente alfabetizadas. A seguir outros dados importantes serão analisados que respondem a um dos objetivos deste estudo: “Identificar a faixa etária predominante dentro do grupo analfabeto funcionais, e entender como as desigualdades sociais se conectam com esses indivíduos”.

Também é possível analisar os níveis de Alfabetismo por faixa etária, onde é possível identificar que 53% das pessoas consideradas analfabetas pelo Inaf estão entre 50 e 64 anos. Já na tabela 6 (seis) sucessivamente, é possível observar que “Dentre os brasileiros de 15 a 64 anos que se declararam brancos, apenas 4% aparecem como Analfabetos; dentre os que se declaram pardos ou pretos a proporção de Analfabetos é de 7% e 11% respectivamente”. (INAF, 2018, p.16) “Destaca-se também que, entre os analfabetos, apenas 46% estavam trabalhando, enquanto 71% dos que foram classificados no nível Proficiente estavam trabalhando.” (INAF, 2018, p.18)

Através desses dados é possível identificar por meio dos indicadores: faixa etária, raça/cor e situação de trabalho como está descrito nas figuras acima, como a desigualdade social se conecta com os analfabetos funcionais. Primeiro, a faixa etária

predominante entre os analfabetos estão entre 50 a 64 anos, ou seja, a fase adulta, o que torna de certo modo até compreensivo que essas pessoas não tenham frequentado a escola na infância tendo em vista que há 50 anos atrás o acesso à escola pública ainda estava em processo de construção.

Segundo, que o maior índice de analfabetismos funcional está entre negros e pardos, reforçando que as minorias continuam tendo menos acesso a educação. Em terceiro lugar, as dificuldades cognitivas desse grupo - denominado analfabetos funcionais - acabam impedindo-os de ingressarem no mercado de trabalho e até mesmo de alcançarem posições e cargos mais elevados devido à falta de escolaridade.

Outra observação necessária que deve ser feita, e que caracteriza o Analfabetismo Funcional, é que “apenas 45% dos entrevistados que chegaram ao Ensino Médio situam-se nos dois níveis mais altos das escalas de alfabetismo”(INAF, 2018). Em outras palavras, mesmo sendo considerados escolarizados, 55% desses alunos ainda situam-se nos níveis mais rasos do alfabetismo, o analfabeto, rudimentar e elementar, podendo ainda, contraditoriamente, serem categorizados como analfabetos funcionais. Que devido à falta de interpretação, o indivíduo não consegue estabelecer qualquer vínculo com o que está sendo explicado em sala de aula, com o seu cotidiano.

Dentre outros fatores que dificultam o desenvolvimento crítico do educando, tem-se a falta de didática do professor. Paulo Freire fala em seu livro “*Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*” que é impossível um educador se tornar crítico, se seus ensinamentos, conceitos e ideias são sempre memorizados e mecânicos, ao contrário de desafiador, torna-se apenas um “repetidor de palavras”. Por isso “Percebe-se, assim, a importância do papel do educador, o mérito da paz com que viva a certeza de que faz parte de sua tarefa docente não apenas ensinar os conteúdos, mas também ensinar a pensar certo”.(FREIRE, 2019, p. 28)

Castro, destaca que para “superar” o analfabetismo funcional, é essencial que novas metodologias de ensino sejam implementadas. E reforça a necessidade do trabalho em conjunto entre pais e professores, nesse processo de alfabetismo. Pois não cabe unicamente aos professores e a escolas a tarefa de ensinar. Considerando que o alfabetismo não se resume unicamente ao ato de saber ler e escrever, mas o de saber ler, escrever e interpretar o seu próprio contexto. (CASTRO, Brazil Escola)

4. A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO INFORMAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA

Morin defende que “a informação é uma matéria-prima que o conhecimento deve dominar e integrar”.(2003, p.14) Morin, apresenta dois termos distintos, “informação” e “conhecimento”, embora muitas vezes conflitantes, essas duas palavras possuem significados diferentes. De um lado ele fala da informação - “dados processados sobre alguém ou alguma coisa” - , de outro, o conhecimento - “informações úteis obtidas através da aprendizagem e da experiência” (ABSTARTUPS). Partindo desse pressuposto entende-se que ambos se completam.

Mas, o que de fato Morin quer dizer nesse contexto, é que o conhecimento é o grande potencializador da informação.

E é nesse mesmo sentido que para o Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF), “o alfabetismo é a capacidade de compreender e utilizar a informação escrita e refletir sobre ela” [...] (2018, p. 4). Desse modo, o que caracteriza uma pessoa funcionalmente alfabetizada é a sua capacidade de pensar de forma crítica.

Partindo dessa observação, um indivíduo analfabeto funcional que se enquadra nos níveis mais baixo de escolaridade e alfabetismo, como o analfabeto e o rudimentar, e que fazem uso da escrita e leitura em apenas curtas frases, correm um grande risco de permanecerem em estado letárgico em relação a sua capacidade crítica. Considerando que para o despertar dessa habilidade de modo geral, é necessário que o indivíduo desenvolva as habilidades básicas de processamento de dados.

Limitados a uma interpretação superficial em relação a sua própria realidade, a informação perde o seu significado, culminando em uma alienação social. E, para reforçar essa teoria, uma pesquisa global feita pelo Instituto Ipsos More intitulado “*Perigos da Percepção 2017*” e “*Perigos da Percepção 2018*” por dois anos seguidos, destacam o Brasil em 2º lugar no ranking dos países onde a população tem a percepção muito errada sobre sua própria realidade. (IPSOS)

Essa alienação por falta de conhecimento, está ligada diretamente ao analfabetismo funcional, que colabora para um triste desfecho de uma história real. Onde o indivíduo impedido de alcançar o entendimento pleno enquanto ser humano, devido às amarras de um sistema desigual, sempre estará restringido apenas aquilo que ele conhece ou que adquiriu através de suas experiências pessoais - senso comum⁵ - quanto aquilo que interpreta.

A atual pandemia retrata de forma nítida os sintomas da alienação social, especificamente, durante o isolamento social. Embora diariamente fossem divulgados dados pelo Ministério da Saúde (MS) sobre o aumento desenfreado de mortes, e infectados pela Covid-19, houveram um grande número de denúncias de pessoas que estavam descumprindo o isolamento social. Especificamente no Estado de Pernambuco foram registradas pela Secretaria de Defesa Social mais de 33 mil denúncias de descumprimento das medidas restritivas. (FONTES, 2020 - G1)

Portanto, como diz Demo, é preciso “superar a ignorância” e desenvolver uma consciência crítica; ser capaz de pensar por si próprio; “ler a sua realidade”; entender o seu próprio contexto e identificar as situações não favoráveis a você, mas que lhes são impostas. (2001, p.151)

Mas, para que haja qualquer mudança “no processo de saber pensar”, inicialmente é necessário uma reforma considerável no modelo educacional, onde a educação passe a ser de fato uma ação essencial para a inclusão social. Dessa forma,

⁵ Senso comum é um tipo de conhecimento adquirido por meio da observação e de experiências vividas e que é passado de geração a geração. (PORFÍRIO)

“Aprender a saber pensar, portanto, é tarefa inadiável para a conquista da cidadania” (CALDAS, 2004, p. 33). Kunsch, também reforça essa mesma ideia e acrescenta que:

“É importante lembrar que cidadania se refere aos direitos e às obrigações nas relações entre o Estado e cidadão. Falar em cidadania implica recorrer a aspectos ligados a justiça, direitos, inclusão social, vida digna para as pessoas, respeito aos outros, coletividade e causa pública no âmbito de um Estado-nação.” (2012 p.16)

Entende-se então, que a “conquista pela cidadania” não é algo que se consolida em um espaço curto de tempo, ou que seja uma tarefa fácil, é bem mais que uma troca de favores, ela fala sobre direitos e deveres, entre o estado e o cidadão. É sobre uma ação continuada, que exige necessariamente etapas em seu processo até se chegar ao gozo pleno desse estado. Pois é uma tarefa que implica a participação de todos em tudo.

[...] “os governos devem ser os principais indutores de comunicação pública, assumindo o compromisso de promover políticas públicas, desenvolver uma gestão aberta e qualificar canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e o envolvimento de todos os interessados.” [...] (Duarte, Jorge, 2012, p.128)

Duarte enfatiza que o grande desafio da “comunicação pública” consiste em destacar a figura do cidadão como a mais importante e que deve estar acima de todas as instâncias da sociedade. Por isso, pelo poder de influência e autonomia que os Governos exercem na sociedade, eles devem ser os primeiros a partilharem desse ideal, e os mais qualificados a tomarem iniciativas que favoreçam a população. Tanto pelo compromisso com o cidadão, quanto pelo interesse com o seu bem estar social, cabe ao Governo tomar iniciativas com a consciência de promover a disseminação de políticas públicas, como forma de subsidiar as etapas que compõem o processo de construção da cidadania.(2012)

Existe uma série de fatores que englobam o processo de “construção da cidadania”. Entretanto, não será possível explorar todos neste estudo, pois o objetivo central é focar na educação e na informação - ferramenta da comunicação pública - como um dos pilares para a conquista da cidadania, pois esse avanço social é indispensável na vida de qualquer ser humano.

5. ANÁLISE DA PESQUISA

A abordagem utilizada para essa pesquisa foi o método qualitativo, composto por uma entrevista em profundidade⁶ com a participação de três entrevistados, com idades entre 47 e 61 anos, todos analfabetos funcionais, residentes em Brasília-DF. As entrevistas aconteceram nos dias 5 e 6 de novembro de 2020, respectivamente, na residência dos mesmo.

⁶ A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”.(DUARTE, 2005, p.62)

Os resultados da pesquisa mostraram que a mídia que mais se adequou às dificuldades cognitivas dos analfabetos funcionais foi a televisão, que por conseguinte também foi a mais utilizada no período de isolamento social, e a que menos se adequou foi a impressa. As mídias secundárias foram Facebook, WhatsApp e rádio. Mostrou ainda que todos tiveram acesso a conteúdos divulgados pelo Governo do Distrito Federal (GDF) relacionados à Covid-19. Esses conteúdos foram encontrados apenas na televisão e nas mídias sociais. Entretanto, todos tiveram um grau de entendimento satisfatório, tendo em vista suas dificuldades cognitivas.

Outros dados que se destacaram foi a faixa etária dos entrevistados, que se concentrou em 48, 51 e 60 anos, reforçando os dados da pesquisa do Inaf, que mostra que o maior índice de analfabetos têm entre 50 e 64 anos, ou seja, a fase adulta. Essa descoberta abre aspas para especulações sobre quais fatores teriam levado esses indivíduos ao analfabetismo funcional.

Um ponto incomum, observado, foi a capacidade de leitura de um dos entrevistados, que mesmo tendo chegado apenas a terceira série - Anos iniciais do Ensino Fundamental - consegue desenvolver a leitura sem nenhuma dificuldade, em contrapartida não consegue fazer o uso da escrita. Mas demonstrou interesse em voltar a estudar “Eu sou mais ler do que escrever, entendeu. Assim, se fosse pra eu voltar pra escola, eu tinha que voltar, eu gosto muito de ler, revista, jornal. Gosto de ver jornal! Assim, já não sei escrever, se mandar eu escrever uma coisa pra mim, tudo é o mateus e Ana júlia” Afirma o entrevistado (ENTREVISTA).

5.1 As mídias digitais

As mídias secundárias mais utilizadas pelos entrevistados foram: Facebook, WhatsApp e rádio. É importante destacar esses veículos, pelo ponto comum entre eles. Essa identificação se dá pelo fato de que ambas utilizam o áudio e o visual, assim como a televisão, exceto pelo rádio que utiliza apenas o áudio, e por possuírem uma linguagem mais acessível, e por serem as mídias mais acessíveis no contexto de isolamento social.

No caso do facebook, as publicações de vídeos são recorrentes na página por estratégias dos próprios usuários. No WhatsApp uma das funções mais utilizadas e que se tornou popular entre os usuários desde 2013, foi o áudio. E, segundo um levantamento feito pela EXAME em parceria com a plataforma de pesquisas digitais MindMiners, mostrou que “56% dos respondentes afirmaram gostar ou gostar muito de enviar áudios, enquanto 57% afirmaram gostar ou gostar muito de recebê-los”. (BOMFIM, EXAME, 2020) Essa familiarização ocorre exatamente porque essas funções possibilitam ao usuário a opção de se comunicar sem precisar necessariamente usar a escrita. Afirma um dos entrevistados ao ser indagado sobre

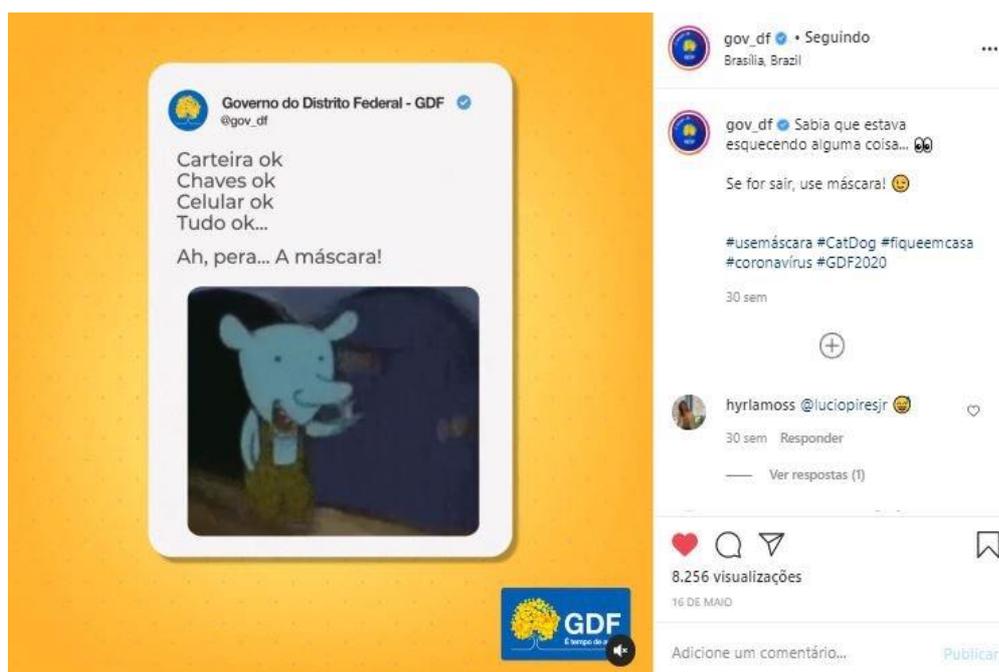
qual aparelho eletrônico ele mais gostava de utilizar. “o celular, porque eu uso o WhatsApp” (ENTREVISTA).

Dessa forma, a pesquisa mostrou que pela linguagem, acessibilidade e instantaneidade nas mensagens, as redes sociais foram as plataformas mais adequadas para esses indivíduos nesse período de isolamento social. Tendo em vista que sair de casa não era recomendado, o acesso a qualquer notícia ou informativo impresso passou a ser inacessível para aqueles que permaneciam em suas casas. Afirma um dos entrevistados sobre ter acessado algum tipo de material informativo impresso nesse período “Não, só pela televisão”. (ENTREVISTA)

Outro fator inerente às redes sociais é que elas permitem que as organizações, empresas e Instituições privadas e não privadas se apresentem à sociedade de uma maneira mais humanizada, com uma linguagem diversificada em relação aos seus conteúdos. Muitas vezes informal, mais cômica, uma linguagem que faz parte do cotidiano das pessoas, e que automaticamente despertam-nas pela facilidade de compreensão da mensagem.

E esse engajamento pode ser observado nas redes sociais do Governo do Distrito Federal (GDF). Neste período de pandemia, eles têm buscado trabalhar assuntos polêmicos, como a disseminação de *fake news* nas redes sociais, assuntos monótonos, sobre o uso de máscaras. Temas cansativos, complexos, mas que estão sendo abordados de forma tranquila, clara e descontraída. Abaixo segue um exemplo dessas postagens.

Figura 1



Fonte: Perfil oficial do Governo do Distrito Federal(GDF) no Instagram.

Na figura acima, o intuito da publicação é relembrar as pessoas sobre o uso da máscara ao sair de casa. Para isso, eles utilizaram um Gif⁷ animado do ratinho Winslow T. Oddfellow, da animação CatDog, e fizeram uma pequena paródia da música Tudo ok, de Thiaguinho MT, Mila e JS, O Mão de Ouro. Um Hit do carnaval 2020.

Na parte de apresentação das campanhas divulgadas pelo Governo do Distrito Federal (GDF), veiculadas nas mídias digitais e impressa, foi possível identificar como as imagens; ícones⁸ e símbolos⁹ - atributos semióticos - são essenciais na construção da mensagem. É comum observar o uso desses atributos em conjunto com outros elementos nas peças publicitárias.

Em uma das entrevistas, foi perguntado se os ícones, imagens e desenhos de alguma forma facilitavam a compreensão da mensagem. A resposta do entrevistado foi “Com certeza, quem não sabe ler, ele tá vendo como tem que fazer” (ENTREVISTA). A mesma pergunta foi feita sobre o post informativo acima divulgado no perfil do Instagram do Governo do Distrito Federal (GDF) um dos entrevistados responde que “mesmo que a pessoa não consiga ler, ela vendo o homem de máscara, facilita” (ENTREVISTA). Reforçando a importância do uso dos elementos semióticos nesse processo. Pois ainda que em níveis rasos de compreensão, ela conseguiu deduzir sobre o que se tratava a mensagem apenas observando a imagem.

5.2 A televisão

A televisão como meio de comunicação de massa possui uma enorme vantagem contra a mídia impressa. Primeiro porque segundo Corrêa, “A comunicação se faz por meio dos sentidos das pessoas: visão, audição, tato, olfato e paladar” (Corrêa, 2006, p. 194). Segundo, a televisão utiliza o áudio e o visual, ou seja, dois sentidos, o que facilita a compreensão da mensagem, pois independente do indivíduo ser iletrado, ou até possuir outras deficiências, ele consegue interpretar por meio da fala.

Diferente da mídia impressa, que é mais limitada e implica necessariamente no domínio da escrita e da leitura, por parte do leitor, o que infelizmente não é o caso dos participantes da entrevista, que apenas conseguem fazer o uso da escrita e da leitura apenas em curtas frases, como o seu nome. Afirma um dos entrevistados “Não, muito pouco, só entendo as vogais e o A-B-C. Só consigo assinar o meu nome”. Afirma outro entrevistado falando sobre a leitura: “Eu consigo muito pouco, quem ler para mim é a Ester”. (ENTREVISTA)

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

⁷ Gifs animados são imagens em movimento.

⁸ Ícone “É um signo visual (uma imagem) que representa um objeto ou coisa por semelhança já que possui as mesmas características que o objeto. Um ícone usa forma, cor, som textura e outros elementos gráficos para criar uma conexão evidente entre imagem e ideia. Os ícones dependem, em diferentes graus, das convenções culturais.” (CAMPUZANO, Melissa, 2016)

⁹ “Os símbolos são abstratos. O símbolo se refere ao objeto denotado por associação de ideias produzidas por uma convenção. Os símbolos mais comuns que usamos são as palavras. O alfabeto é outro conjunto de símbolos concebidos para representar os sons da língua”. (CAMPUZANO, Melissa, 2016)

O presente estudo possibilitou entender melhor como os indivíduos iletrados se relacionaram com as mensagens publicitárias divulgadas pelo Governo do Distrito Federal, durante a crise causada pela Covid-19. Dessa forma, foi realizado uma pesquisa por meio de entrevistas sobre o processo de interação, e o grau de entendimento dos analfabetos funcionais com as mensagens, e os canais e linguagens que mais se adequaram às deficiências destes indivíduos nesse período.

Em sua totalidade, o fator primordial que norteou este estudo se concentra na mesma ideia que dá sentido a comunicação, que é: identificar as necessidades do seu público e analisar a construção do diálogo por meio da interação com a mensagem. Mas para que o estudo tivesse um cenário delimitado, foi escolhido como pano de fundo para a pesquisa, a crise do novo coronavírus. Na qual se buscou trazer engajamento para essa temática através da comunicação pública que tem como objetivo primordial a participação do cidadão nos processos democráticos.

A pesquisa exploratória realizada por meio da entrevista, respondeu os objetivos do estudo, mostrando na íntegra que os indivíduos analfabetos funcionais, embora tenham tido muita dificuldade em interpretar os informativos divulgados nas mídias impressas, conseguiram interagir com as informações divulgados pela televisão, rádio e pelas mídias sociais como Facebook e WhatsApp durante o isolamento social, ainda que em níveis rasos de entendimento.

Diante de tais afirmações torna-se imprescindível que haja uma mudança tanto na postura do Governo do Distrito Federal (GDF), quanto do Governo do Brasil em relação a adoção de novos programas que trabalhem no desenvolvimento de novas metodologias educacionais que de fato visualizem e busquem acabar com o analfabetismo funcional, o causador da angústia de muitos brasileiros. É essencial que a Comunicação Pública Governamental, enquanto mediadora e auxiliadora nesse processo de construção da verdadeira cidadania, se posicione tornando público a legitimidade desse assunto.

Além disso, a tecnologia, grande detentora da inovação, por meio das mídias digitais, tem disponibilizado ferramentas que auxiliam a elaboração de estratégias que ampliam o alcance na disseminação de informações de maneira mais diversificada e plural. Dessa forma, como medida provisória, a adequação nas linguagens e a exploração dos canais por meio dessas novas ferramentas, plataformas que estão constantemente sendo atualizadas, potencializam as chances de minimizar as falhas no processo de comunicação com o público iletrado.

REFERÊNCIAS.

ABSTARTUPS. **Diferença entre Informação e Conhecimento**. Disponível em: <https://abstartups.com.br/diferenca-entre-informacao-e-conhecimento/> Acesso em: 18 de novembro de 2020.

ANDRÉA, Lara Crivelaro Bezzon. **Análise Político - Sociológica do Reencontro da Sociedade Civil Brasileira com a Cidadania e a Democracia Segundo a Perspectiva da Comunicação Pública**. In: Maria, José (Org.) **Comunicação Pública**. Campinas - SP: Alínea, 2004 (Coleção, Cultura e Cidadania) p. 18-28.

BOMFIM, Murilo. EXAME. **“Desculpa mandar áudio”**: pesquisa mostra como o brasileiro usa o WhatsApp. Disponível em: <https://exame.com/marketing/desculpa-mandar-audio-pesquisa-mostra-como-o-brasileiro-usa-o-whatsapp/> acesso em: 06, de dezembro de 2020.

BRANDÃO, Elizabeth P. B. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf> Acesso em: 25, de maio de 2020.

CALDAS, Graça. **Comunicação Pública e a Ciência Cidadã**. In: Maria, José (Org.) **Comunicação Pública**. Campinas - SP: Alínea, 2004 (Coleção, Cultura e Cidadania) p. 29-47.

CAMPUZANO, Melissa. **Ícone, Índice, Símbolo**. ENG. Disponível em: <https://www.eng.com.br/artigo.cfm?id=3072&post=icone,-indice,-simbolo> Acesso em: 30 de novembro de 2020.

COMUNIQUEIRO. **Comunicação Pública**. Disponível em: <http://www.comuniqueiro.com/dicionario/comunicacao-publica>. Acesso em: 30 de Junho de 2020.

CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006. (Coleção contato imediato).

DEMO, Pedro. **Saber Pensar**. - 2. ed. - São Paulo: Cortez: Instituto Paulo Freire, 2001. - (Guia da escola cidadã: v. 6)

DUARTE, Jorge. (Org.) **Comunicação Pública. Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012.

ESCOLA ABERTA. **Conceito de Terceiro Setor**. Disponível em: https://www.escolaaberta3setor.org.br/post/conceito-de-terceiro-setor?gclid=CjwKCAjw5vz2BRAtEiwAbcVILyM6SpBdVwoOCpDMvEmqV3KinvnA2zr_1tj2mVbnER9YcnaHTV4CeBoCD_8QAvD_BwE Acesso em: 01 de julho de 2020.

FONTES, Bruno. Tv Globo - G1. **PE registra mais de 33 mil denúncias de descumprimento de medidas restritivas**. Disponível em:

