

04/09/2015 às 05h00

BNDES busca 'transparência proativa' em rede social

Por Robson Sales | Do Rio

Pressionado por transparência, o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) vem adotando nova estratégia nas redes sociais e uma relação mais direta com internautas. Levantamento da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (DAPP/FGV), a pedido do **Valor**, mostra que as menções ao banco nas redes saltou de 346 em janeiro para 1.475 até 26 de agosto.

Foram contabilizadas apenas mensagens enviadas diretamente às páginas oficiais do BNDES. Entre os cinco temas mais comentados estão "escândalos de corrupção", "atuação do governo no banco" e "projetos internacionais". O avanço das postagens ocorre simultaneamente ao início da CPI do BNDES e a denúncias de irregularidades de financiamentos do banco para investimentos fora do país.



Pesquisadores da FGV também analisaram outras duas estatais: Petrobras e a Eletrobras, ambas envolvidas na Operação Lava-Jato. As duas mostram números irregulares de menções dos usuários e de postagens ao longo do ano. Na Petrobras, Lava-Jato e pré-sal são dois dos temas mais comentados; em relação à Eletrobras,

descartam-se corrupção e críticas a apagões.

Ao contrário do que ocorre com o BNDES, Petrobras e Eletrobras não respondem diretamente às críticas nas redes sociais nem fazem cobertura em tempo real de discursos de seus executivos.

"Não é intenção do banco discutir a opinião do usuário, queremos qualificá-la, aumentar o número de informações e dados", disse o responsável pela assessoria de imprensa, Fabio Kerche. Na semana passada, o banco usou o Twitter para divulgar em tempo real trechos do depoimento do presidente Luciano Coutinho à CPI do BNDES.

No fim de 2014, o banco começou a formular nova estratégia nas redes sociais e decidiu intensificar a presença no Twitter e Facebook. Desde 2008 a instituição vem aumentando o número de documentos fornecidos pela internet e a transparência das informações.

Para o pesquisador da FGV Amaro Grassi, a maior presença das estatais nas redes "é uma tendência que atende à demanda crescente por transparência da sociedade, que se expressa em vários momentos e vai se acelerar", prevê. "As pessoas querem saber cada vez mais, onde envolve o dinheiro público, quais são as decisões e acaba gerando demanda."

Este ano, até agosto, a Petrobras foi alvo de quase 80 mil menções nas redes. O pico ocorreu em fevereiro, com 23 mil. Depois, a tendência de interações foi de queda, atingindo 3,6 mil em agosto.

"A atualização e moderação são realizadas de forma frequente, com o objetivo de contribuir para o diálogo e transparência da marca Petrobras junto aos seus públicos de interesse", disse a empresa, em nota. Para se defender de acusações sobre a Lava-Jato, a estatal criou ambiente específico para o assunto com posicionamento oficial.

Brasil

Últimas Lidas Comentadas Compartilhadas

Mercado vê economia mais contraída e inflação maior em 2015 e 2016
08h54

Receita libera nesta terça mais um lote de restituição do IR
08h46

Indicador da FGV mostra queda do emprego nos próximos meses
08h41

IPC-S desacelera na primeira quadrissemana de setembro
08h35

Ver todas as notícias

ValorRI

Relação com os investidores

Veja os resultados publicados pelas principais empresas do país e as mais importantes operações de mercado de capitais. Informações relevantes para investidores e analistas em um só lugar.

Acesse

Vídeos



Klabin é eleita a empresa de Valor 2015
25/08/2015



Indicadores Brasil

Variação em %

| Indicador | ago | jul | jun | 12 m* |
|--------------------|------|-------|-------|-------|
| IPCA | | 0,62 | 0,79 | 9,56 |
| IGP-M | 0,28 | 0,69 | 0,67 | 7,55 |
| IGP-10 | 0,34 | 0,75 | 0,57 | 7,50 |
| Prod. Industrial** | | -1,5 | -0,9 | -5,3 |
| IBC-BR** | | -0,58 | -1,64 | |

Para o professor visitante da Universidade de São Paulo Bernardo Sorj, ocorreu a transferência do espaço público para a internet. "O que caracteriza o mundo da internet é a denúncia, você polariza e não deixa espaço para a reflexão, onde as pessoas podem argumentar", disse. O crescimento das discussões apenas pela internet reduz a qualidade do debate, diz.

A Eletrobras informou que tem perfis no Facebook, Twitter e YouTube e que as postagens "são escolhidas com base em eixos temáticos, como energia limpa, tecnologia e inovação, eficiência energética e sustentabilidade, entre outros". Segundo a empresa, houve este ano aumento de 103% no número de fãs no Facebook, de 19% no de seguidores no Twitter, e de 4% no número de visualizações no YouTube em relação a dezembro.

Recomendar { 0

Tweet { 0

Share

G+1 { 0

Ω

Veja as tabelas completas no ValorData

Fonte: IBGE, FGV e BC. Elaboração Valor Data. * Acumulado até o último mês indicado ** Dessazonalizado

Edição Impressa

08-09-2015 🔑



Acesse o índice do jornal impresso e selecione as editorias e matérias que quer ler. Conteúdo exclusivo para assinantes.

Newsletter

O melhor conteúdo em economia, negócios e finanças gratuitamente direto em seu e-mail.

Receba Gratuitamente

Especial

Mercados financeiro e de capitais



Questão de confiança 🔑

Levy defende aumento de impostos e reequilíbrio fiscal 🔑

Novo mercado deve ser aprimorado 🔑

Revistas

Saúde



